دليـــل التربيـــة الإعلاميـــة للمعلميـــن

٢٠١٦-٢٠١٧









دليل التربية الإعلامية للمعلمين

٢٠١٦- ٢٠١٧

فريق العمل

طاقم الإعداد:

غدير منصور- بيالارا

منى نجار- أكاديمية "دويتشه فيله" الألمانية

مساعدو الإعداد:

حلمي أبو عطوان- بيالارا

سامية صلاح الدين- بيالارا

سياف زراع- بيالارا

لارا بركات- بيالارا

هبة بطة- بيالارا

ماهر الفحل- وزارة التربية والتعليم العالي

مراجعة وزارة التربية والتعليم العالي:

عبد الحكيم أبو جاموس- مدير دائرة الإعلام التربوي

ثائر ثابت- رئيس قسم الصحافة والإعلام

ريما طحاينة- رئيس قسم النشرات والمطبوعات

رسم كاريكاتور: الفنان محمد سباعنة

مدقق لغوي: مفيد حماد

إخراج فني: منال زهور

إشراف عام: هانيا البيطار

تم إعداد الدليل بالشراكة بين:

وزارة التربية والتعليم العالي

والهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب- بيالارا

وأكاديمية "دويتشه فيله" الألمانية

بتمويل من:

وزارة التعاون الاقتصادي والتنمية الألمانية

الفهرس

كلمة وزارة التربية والتعليم العالي

بات من الواضح أن قاموس العصر الراهن، لا تشغله إلا مفردات العصرنة والحداثة والتطوير والتحديث؛ ومن هنا، فإن التربية الإعلامية هي الأخرى، تشكّل واحدةً من المفردات التي لا يمكن فصلها عن قاموس هذا العصر، ونحن في وزارة التربية والتعليم العالي، ونظراً لإيماننا المطلق بضرورة مواكبة التطورات المتسارعة، فقد بات لزاماً علينا أن نحتفي، وبالشراكة مع مؤسسات قديرة وعريقة في هذا الحقل، بالتربية الإعلامية من خلال هذا الدليل الذي نضعه بين أيديكم.

فيما يتعلّق بالتربية الإعلامية، وقبل أن نفكّر بفلسفتها وماهيّتها، وحقيقة تطبيقها في الميدان الإعلامي، فإن من الواجب أن نفكّر وبصوت عالٍ؛ كيف للجيل الصاعد أن يتفاعل مع هذا المفهوم ومنطلقاته؟ ويستفيد منه من أجل أن تتعزّز لديه القدرات والمهارات، وتسهم في بناء شخصيته وذاته.

من هذا المنطلق، لا يقف طموحنا عند حدّ تضمين المفاهيم الإعلامية في المناهج الدراسية فحسب، بل نسعى لتخصيص منهاج خاص بهذه التربية، إن أمكننا ذلك، وتخصيص حصص دراسية تتناولها، وكذلك تطبيقها بشكل عملي وفعلي، وهذا ما نقوم به بالتعاون مع مؤسسة بيالارا، في برنامج التعاون المشترك القائم بيننا منذ سنوات، والذي ابتدأ في مدارس بمديرية تربية ضواحي القدس، وسيشمل مدارس في مديرية التربية والتعليم في رام الله والبيرة، وكذلك في غزة، ليشمل لاحقاً مختلف مديريات التربية والتعليم.

نأمل أن يشكّل هذا الدليل أدوات مفتاحية، تعين الطلبة والمعلمين على كيفية التعامل مع الإعلام ووسائل الاتصال والتواصل، وكذلك فهم الرسائل الإعلامية وتحليل مضمونها، بصورة تخدم تحصيلهم العلمي والمعرفي، ويجنبهم الاستخدام الخاطئ لهذه المواقع.

د. صبري صيدم
وزير التربية والتعليم العالي

كلمة بيالارا

كمنبر رأى الشباب أنفسهم من فوقه يطلون على مجتمعهم، وينخرطون فيه، شكلت انطلاقة صحيفة الـ«يوث تايمز؛ صوت الشباب الفلسطيني» عام ١٩٩٨، نقلة نوعية، لا على مستوى فلسطين فحسب، بل حتى على مستوى الإقليم الذي يعيش فيه شبابنا، ويصعب عليهم أن يتنقلوا فيه. تلك كانت مبادرة خلقت مفهوم «الإعلام الشبابي» كمصطلح شق طريقا صعبا حتى وصل إلى نجاح ملموس، بدءا من التشكيك وعدم الثقة، وعبارات على ألسنة مسؤولين كبار في سلطتنا الوطنية، تقول: «الإعلام هو الإعلام، وليس هنالك ضرورة للإعلام الشبابي»، و«اتركوا هذا المجال للإعلاميين المتخصصين»... وكان ردنا بمزيد من الإنجاز؛ كنا نوزع الصحيفة ونسأل: «أخبرونا؛ أليس هذا هو الإعلام»؟

وأمام الإصرار والتحدي، حظيت الصحيفة باحترام الجميع، خاصة هؤلاء المشككين الذين قللوا من شأنها في البداية. وحين قررنا أن نطلق هذه الصحيفة، لم يكن من أهدافنا أن ننافس صحافتنا المطبوعة التي كانت تلقى ازدهارا آنذاك، وإلا لجعلناها صحيفة يومية مبيعة، وإنما كان هدفنا أن نوصل رسالة الشباب إلى المسؤول والمجتمع، وأن نطرق كل الأبواب لنسمع صوت الشباب، ونوصله؛ أننا لسنا عالة على المجتمع، ولم نعد تسيرنا «كبسة زر» الكبار، بل نحن جزء كبير من نسيج هذا المجتمع، نملك القدرات، ولكن تنقصنا الإمكانات، فمتى ما أرشدتمونا، ومتى ما منحتمونا الفرصة، ومتى ما مكنتمونا، كنا الأداة للتغيير الإيجابي، على جميع الصعد: الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وقد آن الأوان لتهتم القيادة الحالية، بمستقبل الوطن، عبر تأهيل قيادات شابة.

وفي عام ٢٠٠١، انتقلنا نقلتين نوعيتين، حيث أدخلنا الإعلام المرئي، وربطنا الإعلام برسالة المجتمع، عبر العديد من البرامج والمشاريع التي تم تصميمها على طريقة الإنجاز الشعبي، القائم على المبادرات الشبابية؛ فالشباب هم من يختارون المواضيع التي سيتطرقون إليها.

وعندما أطلقنا مبادراتنا الإعلامية المختلفة، كان هدف توجيه الأطفال والشباب إلى تخصص الإعلام هو تحصيل حاصل، إذ كنا نستهدف الأطفال والشباب من عمر ١٣ عاما إلى ٢٢ عاما، بتدريبهم لإكسابهم قدرات الكتابة الصحفية، والتعامل مع الإعلام المرئي، وعلى هذا المنوال، توجه كثير ممن تلقوا التدريبات إلى دراسة الإعلام، وتخرجوا فيه، بل وحصل بعضهم على شهادات عليا، وعمل بعضهم، وما يزال يعمل، لدى كبريات وسائل الإعلام المحلية والإقليمية والدولية، وليس هذا مكان استعراض الأسماء والأمثلة. أما الهدف الأساس، فيعكسه أن الأطفال الذين غدوا شبابا الآن، وتلقوا تدريبات في مجالات الإعلام الشبابي، قد اختاروا تخصصات مختلفة في دراستهم المستقبلية؛ فمنهم من تخرج طبيبا أو مهندسا، ومنهم من درس القانون، وغيرها من التخصصات، وما زال أكثر هؤلاء يمارسون الكتابة الصحفية، مما يعني أن الإعلام لديهم صار ثقافة متجذرة في نفوسهم، يمكنهم أن يعودوا إليه في كل زمان ومكان، وحيثما تطلبت الظروف ذلك.

أمام هذا وقفنا، وتفكرنا وتدبرنا، ورأينا أن التدريبات التي يخضع لها عدد محدود من طلبة المدارس والجامعات خلال العطلة الصيفية، سيظل محدودا، وأن محدودية عدد من يكتسبون الثقافة الإعلامية، ستبقي تأثيرهم في بيئاتهم ومجتمعاتهم المحلية محدودا، ارتأينا أن نطلق مبادرة تعميم «الثقافة الإعلامية» كنشاط لامنهجي مقنن يتم تدريسه في كافة المدارس، وما إن أطلقنا هذه الفكرة، حتى صادفنا تقبلا وتشجيعا من وزارة التربية والتعليم الفلسطينية، التي رشحت لنا ممثلين أكفياء من لدنها، أسهموا إسهامات رائعة في هذا المجال، ومؤسسة إعلامية دولية رائدة؛ هي أكاديمية «دويتشه فيله» الألمانية، التي ساندت خطواتنا ورفدتها بالمعرفة والخبرات الدولية، وبعد أن انتهينا من تطبيق «الثقافة الإعلامية» كمشروع تحده جغرافيا وعدد محدد من المدارس، وجدنا هذه المؤسسة تقدم لنا كل الدعم ليتحول هذا المشروع إلى منهاج ليتم تدريسه في كافة المدارس، على يد معلمين أكفياء تختارهم الوزارة ليتلقوا التدريب الخاص، ويصبحوا بعدها الموجهين والميسرين للطلبة.

وقد عملت طواقمنا الإعلامية في «بيالارا» يدا بيد، مع مندوبين من وزارة التربية والتعليم العالي، تحت إشراف من أكاديمية «دويتشه فيله» وإدارتها، على إنجاز هذا الدليل، الذي تطلب جهودا مضنية، وعشرات ورش العمل، إن لم تكن مئات.

ونحن إذ نفخر بما تم إنجازه حتى الآن، ونتطلع إلى التطبيق العملي لما تعبنا عليه وأرقنا العمل فيه ليلاً ونهارا، لا ندعي أن تجربتنا هي الأولى أو الوحيدة في المنطقة، بل سبقتنا إليها دول مجاورة، كلبنان، ودول أوروبية كألمانيا. ولكن خلال مشاركتنا في مؤتمر التربية الإعلامية الذي نظمته أكاديمية التربية الإعلامية والرقمية في بيروت حضره ٤٠ مشتركا ومشتركة من مختلف أنحاء العالم العربي؛ وجدنا أن التجربة الفلسطينية هي الأكثر ريادة بين تجارب الدول الأخرى، حتى إن من توصيات هذا المؤتمر كان تعميم التجربة الفلسطينية في مجال «الثقافة الإعلامية» للاقتداء بها، والبناء عليها.

نحن الآن نريد أن يتحول الإعلام إلى ثقافة عامة في المدارس؛ يمكن من خلالها أن يتعامل الطالب مع وسائل الإعلام بحرفية. لا نريده أن يفرق بين الخبر والتقرير والمقال والتحقيق فحسب، أو أن يصبح ماهرا في أحدها أو فيها مجتمعة، بل نريده أن «يقرأ» الإعلام بعين «الناقد»؛ فيعرف ما وراء الخبر، ومن وراءه، وأجندته، والهدف منه؛ كي لا يقع في فخ الدعاية «بروباغندا»، ويترك بصمة إيجابية على مجتمعه في كافة توجهاته. وما كان ذلك ليتم دون طاقم غيور ترأسته الزميلة غدير منصور، الذي لا يسعنا إلا أن نقدم لأعضائه الشكر الجزيل على ما بذلوه من جهود لتحقيق هذا الإنجاز.

هانيا البيطار
المديرة العامة للهيئة
«بيالارا»

عن أكاديمية دويتشه فيله

أكاديمية دويتشه فيله هي المؤسسة الرائدة في ألمانيا في قطاع التنمية الإعلامية الدولية وتطوير الإعلام. ويتم تمويل القسم الأكبر من عمل الأكاديمية من الوزارة الألمانية للتعاون الاقتصادي والتنمية.

وتعمل الأكاديمية في ٥٠ دولة تقريبا في أنحاء مختلفة من العالم (أوروبا، إفريقيا، أمريكا الجنوبية، آسيا الوسطى والشرق الأوسط/ شمال إفريقيا).

وتسعى أكاديمية دويتشه فيله في عملها دوما لاحترام الهوية الثقافية لشركائها، وتعمل بشكل وثيق معهم لوضع تفاصيل مشاريعهم المشتركة. ومن المهم لها أن تكون هذه العملية مبتكرة ومتجددة وتفاعلية ونابعة من الواقع العملي. وتعتبر الأكاديمية أن عملها ناجح عندما يتمكن شركاؤها بأنفسهم من تحقيق التغييرات والإصلاحات التي يريدونها.

ولذا فإن الأكاديمية تدعم وتتعاون مع شركائها على تنفيذ مشاريع في مجالات متعددة، منها التربية الإعلامية؛ حيث اكتسب هذا المجال أهمية متزايدة في السنوات الماضية بسبب تطور الإعلام الرقمي، وانتشاره، وتأثيره على حياتنا. لقد غدت القدرة على فهم الأنواع المختلفة من الإعلام مثل التلفزيون والإذاعة والوسائل الرقمية والصحف والمجلات والكتب ولوحات الإعلانات وألعاب الفيديو والموسيقى أساسية في القرن الحادي والعشرين.

ولأجل خلق «ثقافة إعلام»، علينا تعزيز قدرة الشباب على الوصول إلى وسائل الإعلام المختلفة وتحليلها، والتفكر في تأثيرها وإنتاج مضمونها. إنه الشباب المثقف إعلاميا وحده القادر على فك شيفرة الرسائل المركبة التي نتلقاها يوميا عن طريق وسائل إعلام مختلفة، وعلى الرد الناقد على خطابات الكراهية والأخبار المزيفة، وعلى التعبير عن نفسه وقضاياه عبر صنع مضمون إعلامي.

يصنع الشباب والراشدون المثقفون إعلاميا المضامين الإعلامية وينتجونها، ويتشاركون فيها بإبداع. إنهم يطورون مهارات التفكير النقدي، ويستخدمون وسائل الإعلام لدعم التغيير في مجتمعاتهم. وهم يعرفون كيف يحققون التوازن بين استخدامهم للإعلام وتبنيه كأداة للتفاعل الاجتماعي.

فيرينا فندش
منسقة أكاديمية دويتشه فيله
في فلسطين

مقدمة

يعد الدليل التدريبي أحد أهم الأهداف التي وضعت ضمن خطة العمل على مشروع التربية الإعلامية الذي بدأت الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب «بيالارا» بتنفيذه في عشر مدارس بالضفة الغربية وقطاع غزة على مدار ثلاث سنوات (٢٠١٤-٢٠١٦)، بالشراكة مع أكاديمية «دويتشه فيله»، ووزارة التربية والتعليم العالي، وبدعم من وزارة التنمية والتعاون الاقتصادي الألمانية.

وشكلت نشاطات طاقم «بيالارا» مع طلبة المدارس المستهدفة نقطة البداية في تطوير الدليل التدريبي، الذي ركز دوما على الشق العملي، مع تكوين المعرفة الضرورية، التي قادتنا بدورها إلى اعتماد المحاور الأساسية في هذا الدليل. وكان الطلبة في المدارس المختلفة، وفضولهم، وقدراتهم وإبداعهم، مصدر إلهام الطاقم طوال فترة العمل على هذا الدليل.

ويعتبر الدليل التدريبي محصلة للعديد من الخبرات والتجارب التي تم تبنيها وتطبيقها على معلمي التربية الإعلامية أيضا، وليس على الطلبة فحسب، فقد حرصت «بيالارا» على ضم معلمين اثنين من كل مدرسة مستهدفة؛ لتأهيلهما وتدريبهما ودمجهما في أنشطة التربية الإعلامية، حتى يتمكنا من القيام بمهام المتابعة والدعم والإشراف والتدريب لطلبة المشروع بشكل مستقل عن طاقم «بيالارا».

وجدير بالذكر أن الدليل التدريبي بني على معطيات ورشات عمل ومخرجاتها، وتدريبات تلقاها طاقم «بيالارا» على أيدي خبراء في مجال التربية الإعلامية من ألمانيا، ومنهم فيكتوريا كليبر، وسيلفيا بريزل، وإنغو بيفر، وفيليب بوخهولتز. كما استفاد طاقم عمل تطوير الدليل التدريبي من تجارب بعض الدول في مجال التربية الإعلامية التي عرضها هؤلاء الخبراء، وبناء عليه تم انتقاء بعض محتويات الأدلة التدريبية الخاصة بتجربتي ألمانيا وكمبوديا في مجال التربية الإعلامية، إضافة إلى صحف قيد التعليم؛ وهي كتيب أساسي، من إعداد رابطة الصحف العالمية، بالاشتراك مع مشروع اليونيسكو الخاص بالإعلام والموارد البشرية، وضمها لدليلنا التدريبي، بعد تطويرها لتناسب السياق والاحتياجات المحلية، بالإضافة إلى البناء على خبرات «بيالارا» المتراكمة في هذا الصدد منذ عام ١٩٩٨.

* هدف الدليل

ويوضح الدليل التدريبي الخطوات التي تمكن المدرب من إعداد أنشطة وتدريبات تتعلق بالتربية الإعلامية، وتحضيرها لينفذها الطلبة المستهدفون، بما يؤهلهم للقيام بعمليات التدريب مع مختلف الفئات المستهدفة. وعليه فإن هذا الدليل يعتبر أداة فاعلة قابلة للتطبيق العملي في إطار التربية الإعلامية المدرسية بشكل عام.

* محتوى الدليل التدريبي

يشمل الدليل التدريبي ثلاثة عشر محورا إعلاميا، ويشمل كل محور على وحدة تدريبية أو أكثر، مدة تطبيق كل وحدة ٤٠ دقيقة، تتألف من مادة للطلبة، وأوراق عمل، ومادة للمدرب، وبعض المواد الإثرائية للمدرب.

وتعرض الوحدات التدريبية على شكل جداول تتضمن الآتي:

* المحتوى الإعلامي الذي سيتم شرحه أو تطبيقه.
* الوقت اللازم لتنفيذ كل محتوى إعلامي على حدة.
* هدف التعلم المرجو من كل محتوى تدريبي.
* طريقة تطبيق المحتوى التدريبي.
* الأدوات الضرورية اللازمة للشرح والتطبيق.
* الملاحظات الإضافية المساعدة.

كما تم بناء الدليل التدريبي وفقا لنمط التعليم التفاعلي والتشاركي الذي يمكن من حفز الطلبة على استنتاج المعلومة بعيدا عن الإملاء والتلقين، مع التركيز على تفعيل الجانب العملي. وعليه فقد جعلنا للدليل بطلين من أعمار الطلبة المستهدفين، هما أحمد وداليا، اللذان يتعرضان دائما لمواقف تلهمهما في كل مرة للقيام بنشاط إعلامي ما، وهذا النشاط بدوره يكون مدخلا لشرح المحور الإعلامي.

وسعيا إلى تحقيق فهم المحتوى الإعلامي، استخدمنا في الدليل أسلوب «التعلم باللعب»؛ فكانت الألعاب التحفيزية والتعليمية حاضرة في كل مراحل التدريب، إضافة لاستخدام أسلوب النقاش الجماعي بين الطلبة لإثراء المعرفة، وكذلك أخذ الدليل التدريبي بعين الاعتبار تعزيز روح التعاون، والعمل الجماعي بين الطلبة عبر تقسيمهم لمجموعات عمل أثناء تنفيذ التدريبات.

ولضمان تثبيت المعلومة اختتمنا مواد الدليل الخاصة بالطلبة بفقرة «اختبر نفسك» التي تطرح مجموعة من الأسئلة المباشرة والاستنتاجية حول المادة، وحرصنا على أن نضع بين أيدي الطلبة أوراق عمل يمكن للمدرب أن يطبقها معهم داخل الصف أو يقدمها لهم كواجبات منزلية.

وحرصا على إبقاء طلبة التربية الإعلامية على اطلاع ودراية بالمشهد الإعلامي الفلسطيني، أدخلنا في سياق الدليل تمارين تتصل بتصفح الصحف الفلسطينية، وهي رسالة مستمرة للمدربين لإدخال المشهد الفلسطيني في سياق التدريبات الإعلامية والنقاشات الجماعية؛ لتعميق وعي الطلبة بمحيطهم وبيئاتهم، ولهذا الهدف أيضا أدرجنا في مقدمة الدليل محورا يطل من خلاله المدرب على تاريخ الإعلام الفلسطيني، وما يحيط به من لوائح وقوانين.

وتجدر الإشارة إلى أن تقسيم وحدات الدليل التدريبي، سواء من ناحية المحتوى الإعلامي، أو التقدير الزمني، ليس تقسيما متصلبا وملزما، وللمدرب مطلق الحرية بإجراء التغيير اللازم بما يتلاءم وعدد الطلبة والمكان والزمان المتاحين، ولا بأس إن تدخل المدرب لإجراء تعديل لتبسيط المعلومة أو تسهيل تطبيق التمارين، وله مساحة للإبداع والابتكار خارج حدوده، على أن يخدم ذلك كله تحقيق الهدف المرجو من المادة والموضح في أعلى جداول الوحدات التدريبية.

* من الذي يستخدم هذا الدليل؟

تم تصميم هذا الدليل بحيث يستخدمه مدربو التربية الإعلامية، سواء أكانوا من خلفية إعلامية أم أكاديميين، أم طلبة جامعات تم تدريبهم على التربية الإعلامية بشكل عملي ونظري على أيدي جهات ذات خبرة.

تجربة بيالارا

أطلقت الهيئة الفلسطينية للإعلام وتفعيل دور الشباب «بيالارا» مشروع «التربية الإعلامية» مطلع عام ٢٠١٤ في ثماني مدارس بضواحي القدس، هي: قلنديا، وجبع، وحزما، والرام، بالشراكة مع وزارة التربية والتعليم العالي ووكالة غوث وتشغيل اللاجئين «الأونروا»، وأكاديمية «دويتشه فيله»، وبدعم من وزارة التنمية والتعاون الاقتصادي الألمانية. وفي مطلع عام ٢٠١٥ تم ضم كل من مدرسة الإناث «العباس بن عبد المطلب»، ومدرسة الذكور «أسعد الصفطاوي»، في قطاع غزة.

واستهدف المشروع الفئات العمرية بين ١١ و١٦ عاما ذكورا وإناثا بمعدل ٢٥- ٣٥ طالبا وطالبة من كل مدرسة، بهدف تزويدهم بمهارات إعلامية تمكنهم من التعبير عن أنفسهم بشكل أفضل عبر وسائل الإعلام المدرسية، الممثلة بمجلة الحائط والإذاعة الصباحية بشكل خاص، وزيادة وعيهم حول كيفية التعامل مع كافة وسائل الإعلام، بما فيها التلفزيون، والإذاعة، والموسيقى المسجلة، والصحافة، وكذلك وسائل التواصل الرقمية، بما يتماشى مع مفهوم التربية الإعلامية وأهدافها التي تتمثل بتمكين الشباب من الوصول لأنماط مختلفة من وسائل الإعلام وتحليلها وتقييمها. كما تعمق التربية الإعلامية فهمهم لمدى تأثير الرسائل الإعلامية على الثقافة والمجتمع، وبالتالي تقدير الفرص والمخاطر.

ونسعى بالتربية الإعلامية لتمكين الطلبة المثقفين إعلاميا من صناعة المضامين الإعلامية، وإنتاجها، ومشاركتها بإبداع يعكس مهارات التفكير الناقد، وتوظيفه لدعم التغيير في مجتمعاتهم؛ حيث لا يمكن فصل الطلبة عن محيطهم الاجتماعي، خصوصا في ظل الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية الصعبة التي يعيشونها في المناطق المهشمة، وتلك التي تتعرض لاعتداءات الاحتلال المستمرة.

ومن هنا تم تكريس التربية الإعلامية لتزيد من فاعلية الطلبة، وتحولهم من قوة ساكنة، إلى قوة فاعلة، تساهم في لفت النظر للقضايا التي تهمهم، مما يعني ضمان فاعليتهم في المجتمع والبيئة المحيطة. وحسب أحدث الدراسات والمشاهدات، فإن الحضور القوي للطلبة في النشاطات اللامنهجية، يعني بالضرورة تحصيلا أكاديميا أفضل، وكلاهما يساهم في صقل شخصية الطالب، ويزيد من فرص انخراطه في المجتمع، والتأثير على محيطه، بقدرته على نقل الهموم وملامسة الحاجات.

ونستطيع القول إن نتائج هذا الهدف قد ترجمت فعليا في المدارس العشر المستهدفة، بأنشطة الطلبة الإعلامية، التي عكست قضايا ومشاكل نشروها في مجلة الحائط، والإذاعة الصباحية، ومجلة «فصول» المطبوعة، التي تصدر بشكل دوري ضمن مشروع التربية الإعلامية. ومن تلك القضايا التي تم طرحها «الزواج المبكر»، و«العنف في المدارس»، و«صعوبة المناهج الدراسية»، و«انتشار النفايات في بعض القرى»، و«سوء الأوضاع الأمنية في محيط المدارس القريبة من الحواجز الاحتلالية»، و«قلة الرحل التعليمية»، و«ارتفاع الأسعار في بعض المقاصف المدرسية»، و«تمييز المعلمين بين الطلبة»، و«عواقب الإدمان على الإنترنت»، إضافة لتغطيتهم فعاليات وأنشطة مدارسهم في المناسبات المختلفة.

تعاون مشترك

ولعل البداية الموفقة في مدارس ضواحي القدس حتمت علينا توسيع رقعة الفائدة حتى تصل إلى طلبتنا ومدارسنا أينما كانوا، وقد شكل ذلك تحديا جديدا وضعناه أمام وزارة التربية والتعليم العالي، نحثها فيه على تضمين المنهاج قواعد التربية الإعلامية وأسسها؛ حيث أثبتت التجربة حجم تفاعل الطلبة وهيئاتهم التدريسية مع هذا المشروع.

وبالفعل تم عقد اجتماعات عدة مع وزارة التربية والتعليم العالي ممثلة بمعالي الوزير د. صبري صيدم، ناقشت آليات الشراكة والتعاون المشترك لتوسيع تنفيذ برنامج التربية الإعلامية في المدارس الفلسطينية. وخلالها أكد د. صيدم على أهمية إشراك الكوادر التربوية، خاصة المعلمين، في برامج التربية الإعلامية، وصقل مواهب الطلبة بهذه البرامج، ومدهم بالخبرات التي تساعدهم على إيصال صوتهم بالكتابة وإعداد التقارير وغيرها. وأشار صيدم إلى أهمية التركيز على الإعلام التنويري الحر القادر على نقل

الحقيقة والتحلي بروح المهنية والموضوعية، داعيا إلى تكريس الجهود لتحقيق الغايات الإعلامية التربوية المنشودة.

وتمخض عن تلك الاجتماعات قرار بضرورة صياغة وإعداد خطة تتضمن تدريب رؤساء أقسام العلاقات العامة والإعلام في المديريات للوصول إلى مدارس جديدة، خاصة في المناطق المستهدفة الواقعة بمحاذاة جدار الفصل العنصري.

وفي إطار التعاون المشترك، وقعت وزارة التربية والتعليم مذكرة تفاهم مع بيالارا وغيرها من المؤسسات بهدف تعزيز المفهوم التشاركي في العملية التعليمية والتربوية؛ لهدم الجدار المعنوي الذي فصل بين الوزارة ومنظمات المجتمع المدني.

ويبقى هدف كافة الأطراف المشتركة والمعنية بالمشروع في المستقبل إدخال التربية الإعلامية ضمن المنهاج الدراسي في كافة مدارس الضفة وقطاع غزة.

التربية الإعلامية في فلسطين

بدأت الأنشطة الإعلامية المدرسية تنفذ في فلسطين منذ بداية التسعينات عبر وزارة التربية والتعليم العالي، إضافة لمؤسسات أهلية وحكومية وتعليمية، ضمن برامج ومشاريع مختلفة قصيرة المدى في أغلبها، حيث لم تسهم في مأسسة «التربية الإعلامية»، على نطاق واسع وممنهج يعمم في المدارس. وكانت «بيالارا» من السباقين في العمل على التربية الإعلامية بمفهومها الحديث، حيث بدأت مسيرتها في هذا المجال منذ عام ١٩٩٨، بتنفيذ أنشطة إعلامية وورشات عمل في أكثر من خمسين مدرسة، في قطاع غزة والضفة الغربية، بما فيها القدس. وخلال عملها أصدرت دليلا تدريبيا خاصا بالمدارس، حول مهارات الإعلام الشبابي، والكتابة الصحفية، وسبل تفعيلها، من خلال الإذاعة الصباحية ومجلة الحائط، فيما بات يعرف آنذاك بـ «الإعلام الشبابي المتخصص»، ثم أصدرت صحيفة «اليوث تايمز؛ صوت الشباب الفلسطيني»، وكذلك البرنامج التلفزيوني «علي صوتك» الذي كان يبث على مدار ١٤ عاما على شاشة تلفزيون فلسطين، إضافة إلى برنامج «كتاكيت»، الذي استهدف دمج الأطفال في محيطهم عبر الظهور الإعلامي على شاشات التلفزيون.

كما تم العمل على التربية الإعلامية من خلال الجامعات، التي نقلتها بدورها إلى المدارس خلال عدة مشاريع، ومنها جامعتا بيرزيت والقدس، اللتان عملتا بشكل محدد على مشاريع التربية الإعلامية والمعلوماتية، حسبما جاء في كتاب «فرصة جديدة للتربية الإعلامية والمعلوماتية في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا للعام ٢٠١٦»، وفيه أورد كل من الأستاذ محمد أبو عرقوب والأستاذة لوسي نسيبة ضمن دراستهم للتربية الإعلامية في فلسطين؛ أن جامعة بيرزيت، وبالاشتراك مع معهد «فوجو» السويد، قد تولت قيادة مشروع حول التربية الإعلامية والمعلوماتية في المدارس الثانوية بعنوان «مساعدة الأطفال الفلسطينيين على أن يصبحوا ماهرين في مجال الإعلام» عام ٢٠٠٧. وقد اشتمل هذا المشروع الذي استمر لمدة عامين، وبمشاركة ١٧ مدرسة، على مجموعة أدوات جديدة في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية لصالح المدارس الفلسطينية، وقد نفذ هذا المشروع على مرحلتين، وكانت أهم مخرجات المرحلة الأولى التي نفذت خلال ٢٠٠٨-٢٠٠٩ إنتاج دليلين: الأول للتثقيف الإعلامي لطلبة الصف السابع، والثاني استهدف المعلمين. جدير بالذكر أن اليونيسكو أعدت دليلا تدريبيا باللغة العربية خاصا بالمدرسين، يلقي نظرة مستفيضة على التربية الإعلامية، تشمل وسائل الإعلام القديمة والحديثة.

كما ذكرت الدراسة أنه تم نشر نحو ٢٠٠٠ نسخة ورقية من هذين الدليلين. ولكنهما غير متوفرين على شبكة الإنترنت. وفي عام ٢٠٠٩، تم اختبار الدليل في ثماني مدارس حكومية وخاصة، وأخرى تابعة لوكالة الأمم المتحدة لغوث وتشغيل اللاجئين الفلسطينيين (الاونروا).

أما جامعة القدس، فقد قامت بدمج مشاريع التربية الإعلامية والمعلوماتية بالمشاريع المدرسية والمجتمعية والمحلية، وقدمت التدريبات حول كيفية استخدام وسائل الإعلام وتحليلها. وقد باشر معهد الإعلام العصري التابع للجامعة بتنفيذ مجموعة من مشاريع التربية الإعلامية والمعلوماتية تهدف إلى رفع مستوى المعرفة والوعي بمبادئ سيادة القانون بين طلاب المدارس والمدرسين في المحافظات الفلسطينية، وضمت هذه المشاريع عشرين طالبا وعشرة مدرسين.

مشروع آخر نفذته جامعة القدس عام ٢٠٠٨ تحت عنوان «جميع الأطفال معا»، ركز اهتمامه على تعليم ذوي الاحتياجات الخاصة كيفية استخدام وسائل الإعلام للتعبير عن أنفسهم ومطالبهم واحتياجاتهم، كي يتم إدراجهم في التعليم العام الذي سيستبعدون منه.

وبالنسبة للمؤسسات الإعلامية والمنظمات الأهلية، فلم يقل دورها في العمل على برامج التثقيف الإعلامي «التربية الإعلامية» عما تقوم به الجامعات، خاصة أن التربية الإعلامية غير مدرجة في المناهج المدرسية، وبذلك يتحمل هذا النوع من المؤسسات الجزء الأكبر من المسؤولية، مع وجود أكثر من ٢٤٠٠ منظمة غير حكومية في الأراضي الفلسطينية المحتلة، حسب تقديرات عام ٢٠١٠، وحسب الدراسة أيضا، فإن الجزء الأكبر من برامج التربية الإعلامية والمعلوماتية يتم عبر مؤسسات المجتمع المدني التي تنفذ العشرات من المشاريع التي تشمل بعض عناصر التدريب الإعلامي والتمكين، إلا أن قلة منها تدمج عنصرا محددا من التربية الإعلامية.

أما وزارة التربية والتعليم العالي فقد بدأت جهودها الإعلامية منذ شهر نيسان عام ١٩٩٧، ومثلت أهم المحطات التطويرية، حين أصدرت العدد الأول من جريدة «مسيرة التربية»؛ وهي أول جريدة تربوية تصدر عن وزارة للتربية والتعليم في التاريخ الفلسطيني، وقد بدأت كجريدة شهرية، ثم تحوّلت إلى دورية تصدر كل شهرين، وتتضمن توثيقا للأخبار التربوية والمقابلات، ومقالات لتربويين ومهتمين بالشأن التربوي، وبعض الطلبة.

وتنظم الوزارة العديد من النشاطات والمسابقات الإعلامية والصحفية مع جامعة بيرزيت وشبكة أمين الإعلامية، ومركز ابن رشد، ومؤسسة

«بيالارا»، وكذلك مشروع الصحفي الصغير في عدد من المدارس. بالإضافة إلى تنظيم العديد من المؤتمرات الخاصة بالإعلام التربوي، وورش ولقاءات وندوات حول التربية الإعلامية والإعلام الرقمي.

وفيما يخص قطاع غزة في مجال التربية الإعلامية والمعلوماتية، يمكن القول إنه رغم أن التثقيف الإعلامي في غزة بشكل عام قليل بسبب الظروف الأمنية والحصار، فقد نفذت وزارة الشباب والرياضة هناك دورة حول التثقيف الإعلامي للأطفال، بواقع ١٢ ساعة تدريبية في مقر الوزارة عام ٢٠١٠، ضمت ٢٠ طالبا وطالبة، وشملت تعريفا مبسطا لمفاهيم الصحافة والأشكال الصحفية المختلفة، وطبيعة عمل المواقع الإلكترونية الإخبارية، بالإضافة إلى كيفية تحليل الرسائل الإعلامية، والتعامل والتفاعل مع وسائل الإعلام.

أما نادي الصحفي الصغير؛ فهو مؤسسة رائدة في مجال إعلام الأطفال والشباب، وإنتاج البرامج الإعلامية والثقافية والفنية، الذي تأسس عام ١٩٩٧ في غزة، بهدف إفساح المجال أمام الأطفال والشباب للتعبير عن الذات، وإكسابهم خبرة في المجالات الثقافية والإعلامية والإبداعية والفنية، والتعريف بقضاياهم، وإبرازها أمام صناع القرار، إضافة لتعزيز مشاركتهم محليا ودوليا في القضايا المتعلقة بهم، والمساهمة في إيجاد جيل إعلامي قادر على العطاء والقيادة. ومن ضمن البرامج التي طبقها النادي على مدار السنوات السابقة، إذاعة الصحفي الصغير العلاجية، ومنتدى «المبدعون الصغار»، كما نظمت أكثر من عشرين مخيما إعلاميا على مدار ١٢ عاما، وخرجت أكثر من ٣٥٠٠ من أعضاء نادي الصحفي الصغير المبدعين في الدورات التدريبية، وأنتجت أكثر من مائة حلقة تلفزيونية، وكذلك أنجزت برنامجا إذاعيا باسم «الصحفي الصغير» تم بثه عبر العديد من الإذاعات المحلية، كما قام النادي بإصدار كتاب «سفراء صغار»، يجمع قصص وروايات الأطفال وأعضاء نادي الصحفي الصغير ومشرفيه، إضافة إلى ضحايا الحروب المتتالية.

مدخل إلى التربية الإعلامية

* تعريف التربية الإعلامية؟ "Media Literacy"

يشير المعنى الدلالي لكلمة literacy إلى مقدرة المرء على القراءة والكتابة. في حين يقصد بمصطلح Media Literacy المقدرة على توظيف مجموعة من المهارات اللازمة للوصول إلى المحتوى الإعلامي وتحليله، واستنباط المضامين الإعلامية التي ينطوي عليها المحتوى، والتفكير بها بغية اتخاذ الإجراءات اللازمة عبر الإعلام. لذلك فإن من يحظى بتربية إعلامية سديدة سيكون لديه من العمق ما يمكنه من فهم الرسائل المعقدة التي تعج بها الصحف، والمجلات، والكتب، والإذاعة، والتلفاز، واللافتات الإعلانية، وألعاب الفيديو، والموسيقى، والإنترنت بما يحويه من شبكات التواصل الاجتماعي، ومختلف أشكال وسائل الإعلام الأخرى؛ ليتمكن من إبداع رسائله الإعلامية الخاصة.

وقد غدت التربية الإعلامية جزءا من المناهج الدراسية في عدد كبير من الدول، حيث توصل التربويون إلى أهميتها، كونها وسيلة فعالة لترجمة مهارات التفكير النقدي. ولأن تقنيات وسائل الإعلام في تطور مستمر، فإن التربية الإعلامية تصبح إحدى مهارات القرن الحادي والعشرين الأساسية.

* من أين تنبع أهمية التربية الإعلامية؟

يجسد الفهم العميق للإعلام وتأثيره على المجتمع والأفراد ضرورة يجب أن يتسلح بها الجميع. حيث تساعد مهارات التربية الإعلامية الأشخاص على تعميق وعيهم بكل ما يتعلق بالثقافة، والقيم، والمعلومات، والاتصال والتواصل. ولما يحيط بتأثير الإعلام، والنظام الإعلامي، والأشخاص من تعقيد وأبعاد متعددة، فإنه يتعين على من يتسلح بالتربية الإعلامية السليمة ألا يتسرع في إصدار الأحكام. فإن أحد أهداف التربية الإعلامية تحقيق العدالة الإعلامية للتمكن من توظيف أكبر وأوسع لوسائل الإعلام وبشكل فعال. وقد يسهم ذلك في تشكيل رؤى جديدة حول الرقابة على وسائل الإعلام واستخدامها وهيكليتها التي تنظر إلى الأفراد والمجتمعات كمواطنين لا أسواق استهلاكية.

وبفضل توظيف التقنيات الحديثة في وسائل الإعلام، غدا المتلقون أكثر قدرة على التحليل وخلق فيض من المواد الإعلامية بما تحويه من رسائل ظاهرة وضمنية عبر وسائل الإعلام المختلفة، حديثها وقديمها. إلا أن هذه القدرة تتطلب الممارسة والتنمية؛ لذلك فإن إدراج التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية يعزز ديمومة التعلم.

كما إن من شأن التربية الإعلامية أن تساعد على:

* كشف التحيز، والتلفيق، والتضليل، والكذب.
* اكتشاف ما لم يفصح عنه المحتوى الإعلامي.
* تقييم الرسائل الإعلامية استنادا لتجاربنا، ومهاراتنا، ومعتقداتنا وقيمنا.
* القدرة على خلق رسائلنا ونشرها.
* تطوير مهارات التفكير الناقد.
* فهم كيف لرسائل وسائل الإعلام أن تشكل ثقافاتنا ومجتمعاتنا.
* تحديد الإستراتيجيات التسويقية المستهدفة.
* إدراك ما يريد صانعو الإعلام إيصاله لنا، لنصدقه أو نتصرف بناء عليه.
* إماطة اللثام عن التقنيات المستخدمة لإقناعنا بالمحتوى الإعلامي المقدم لنا.
* بالإضافة لمناصرة وتأييد التغييرات المراد إدخالها إلى الإعلام والمناداة بها.

المصدر: medialiteracy.org

ويعتبر الشباب على وجه الخصوص في أمس الحاجة إلى فرص التواصل مع التربويين حول خبراتهم مع وسائل الإعلام وتقنياته، ووسائل التواصل الاجتماعي.

* ما هي الخطوات التي ينبغي للتربويين اتخاذها لتعليم التربية الإعلامية؟

هناك سبل عدة للتدريب على المهارات التي تندرج ضمن التربية الإعلامية. لذا تترك للتربويين حرية الجمع بين الأساليب المقترحة والطرق التي يرتأون. ولكن ينبغي عليهم الإحاطة بالأهداف المنشودة، وسبل تحقيقها. كما ينبغي ألا تغيب عن أذهانهم أهمية التفكير بما يقدمون من دورات تدريبية إثر انتهاء حصص التدريس. ومن المهم أيضا أن يكون التربويون على دراية بعاداتهم الشخصية في استخدام وسائل الإعلام، وكيف يمكن لهذه العادات أن تؤثر على أسلوبهم في التعليم.

وهناك خمس خطوات ينصح أن يتبعها التربويون أثناء مساعدتهم للطلبة على شحذ مهاراتهم الإعلامية، ألا وهي: الوصول إلى المحتوى الإعلامي، ثم تحليله، وخلق الرسالة الإعلامية، ثم التفكير بها وصولا للخطوة الخامسة، التي تتمثل باتخاذ الفعل اللازم بناء على الخطوات الأربع الأولى.

الخطوة الأولى: الوصول إلى المحتوى الإعلامي

يعد الوصول إلى وسائل التواصل المختلفة خطوة الألف ميل نحو اكتساب تربية إعلامية صحيحة. ويقصد بهذه الخطوة كيفية العثور على مختلف المواد الإعلامية وفهمها، والأدوات التقنية المرتبطة بها. وخلال هذه المرحلة يتعلم الشخص آلية البحث عن المعلومات ذات الصلة وكيفية نشرها.

لنأخذ عملية تعلم الأطفال القراءة مثالا، فإن أول ما عليهم تعلمه يتمثل بكيفية مسك الكتاب وتصفحه. ثم يبدأون بتعلم معاني الكلمات التي تشكلها الأحرف، وكذلك يتعلمون فهم العلاقة بين الكلمات والصور.

ويمكن تطبيق الأسلوب ذاته على عملية التعليم والتعلم ككل، ولكل شكل من أشكال وسائل الإعلام خصائصه المميزة التي يجب تعلمها للتعامل معه؛ فللعثور على معلومات على الإنترنت تجب إجادة مهارات الوصول للرسائل الإعلامية باستخدام الأدوات التقنية، ومعرفة الكلمات المفتاحية اللازم إدخالها في محركات البحث للحصول على النتائج المنشودة. وكذلك ستحتاج مهارات القراءة والقدرة على اكتشاف المصادر المتاحة عبر الإنترنت. كما تقتضي المشاركة في شبكات التواصل الاجتماعي تفاعلا اجتماعيا رغم حالة الحضور التفاعلي والغياب الجسدي للآخر إذا جاز التعبير، ويجب الإلمام بماهية المحتويات القابلة للنشر، ناهيك عما عليك أن تتحلى به من قدرة على تنفيذ مهارات متعددة.

وتجدر الإشارة إلى أنه لا يمكن لشخص واحد أن يبرع في استخدام كافة أنواع وسائل الإعلام، وفهم جميع محتوياتها بإتقان؛ بعبارة أخرى إن وجود خبير في استخدام جميع الأدوات التقنية، والتعامل مع كل المضامين الإعلامية، ضرب من المحال. وعليه فإن الهدف المنشود لهذه المرحلة هو تعلم كيفية تطوير الوصول للإنترنت على سبيل المثال، والعثور على المعلومات، واستخدام البرامج لفهم وسائل الإعلام، وتوظيف ما تقدمه من معلومات.

وينبغي التنبه إلى أن هذه المهارة ليست نتاج جهد ليلة وضحاها، بل يتطلب وقتاً وتدريباً دائماً. ولكن إن كانت لديك كفاءة في استخدام وسائل الإعلام المعاصرة، فعلى الأغلب لن تواجه مشاكل في التعامل مع الأنواع والأشكال المتطورة لوسائل الإعلام.

الخطوة الثانية: تحليل المحتوى الإعلامي

تجسد القدرة على تحليل المعلومات أو المحتويات الإعلامية الخطوة الثانية نحو تربية إعلامية صحيحة. ويعد من يتمتع بقدرة على التحليل شخصا قادرا على فهم وتقييم مختلف أشكال الصحافة المطبوعة، وغير المطبوعة، والمرئية والمسموعة أيضا؛ كالصور، والنصوص

المكتوبة، والأخبار، والفيديوهات، والأفلام، وألعاب الفيديو، والإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي. لذلك يجب تدريب الطلبة على تطوير إستراتيجيات لتحليل وتقييم الصحافة المطبوعة كالكتب والصحف، ووسائل التواصل المرئي؛ كالفيديوهات، والصور الفوتوغرافية، ووسائل التواصل المسموع؛ كالمذياع والموسيقى، ووسائل التواصل الرقمي؛ كألعاب الفيديو، والصفحات الإلكترونية، ومواقع التواصل الاجتماعي.

ولا تخفى ضرورة أخذ المؤلف وتوجهاته، وتوجهات وأجندة وسائل الإعلام بعين الاعتبار، وذلك من أجل فهم تركيبة الرسائل والافتراضات التي تنطلق منها. كما علينا تحديد الجمهور المستهدف، وتقييم نوعية الرسالة الإعلامية، وصحتها، ومصداقيتها، وتأثيراتها، وعواقبها المحتملة.

يجسد تعلم مهارات التفكير النقدي طرح أسئلة ذكية، وهذا أحد الأهداف المنشودة لهذه المرحلة. ومن جملة أهداف هذه المرحلة أيضا تقييم المضمون الإعلامي ضمن سياقه الاجتماعي، والتاريخي، والاقتصادي، والثقافي. لذا فإن طرح الأسئلة السديدة ذات الإجابات غير المحددة؛ أي المفتوحة، من شأنه تحفيز مهارات التحليل والتقييم. كما نحتاج إلى اكتساب المعرفة والمفردات لتهذيب مهاراتنا التحليلية. وكلما زادت معرفتنا ازدادت أسئلتنا عمقا وسدادا، بشكل ينعكس على سعينا للوصول إلى معلومات واكتشافات جديدة.

كذلك يطلب تعزيز المهارات التحليلية من المعلمين القدرة على طرح أسئلة مثيرة، وكبح الآراء والقيم الشخصية؛ كي لا تكون نهاية أفق الطلبة؛ فالتحليل والتقييم مهارتان أساسيتان يجب أن يتمتع بهما الطلبة كي يتسنى لهم فهم محتوى الرسائل الإعلامية بعين ناقدة.

الخطوة الثالثة: خلق محتوى إعلامي

إلى جانب ضرورة اكتساب المهارة التحليلية، والقدرة على استخدام أنواع مختلفة من وسائل التواصل، على المتدربين أن يتعلموا كيفية خلق الرسائل الإعلامية بأنفسهم، عبر استخدام أدوات صانعي الإعلام إن صح التعبير، للتعبير عن أفكارهم الشخصية. وهذه المهارة ضرورية إذا أردنا أن نغدو جزءا من المنظومة الإعلامية.

وخلافا لما كانت تقتصر عليه صياغة الرسالة الإعلامية من ورقة وقلم، فإن ما نقصده هنا بالصياغة والخلق يندرج ضمن المفهوم العصري لخلق المحتوى الإعلامي، أي القدرة على تأليف وإنتاج النصوص، والموسيقى، والفيديوهات، والبرامج الإذاعية، والتدوين الصوتي، والصحف الرقمية، والمدونات، والصور، والرسوم المتحركة، وألعاب الفيديو.

وقد تتعدد الطرق التي يمكن أن يعبر المرء بها عن هذه المضامين المتنوعة، أي توظيف الأجناس المختلفة؛ من سرد، وإقناع، أو تفسير، أو عبر توظيف الصور، أو الكلمات، أو الصوت، أو تصميم الغرافيك، والعروض أو الأنشطة التفاعلية. كما ينبغي أن نتعلم كيفية التعبير عن أفكارنا وإبداعاتنا ونشرها إلكترونيا عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية. فنشر رسائل إعلامية نحن صناعها من شأنه زيادة ثقتنا في قدرتنا على التعبير عن ذواتنا.

ومن الضروري الالتفات إلى أن عملية خلق وتكوين الرسائل الإعلامية هي عملية تعاونية؛ يعمل عليها فريق كامل لإيجاد مفهوم الرسالة، وتجربة المنتج وتحريره. ومرة أخرى تتطلب هذه المرحلة تضافر نطاق واسع من المواهب والقدرات.

الخطوة الرابعة: التفكير

يتطلب تطوير مهارة التفكير بالرسائل والمحتويات الإعلامية معرفة شاملة، وخبرة كبيرة في وسائل الإعلام المختلفة واستخداماتها. ومن الضروري معرفة تأثير الرسائل الإعلامية والأدوات التقنية على حياة الأفراد وأنشطتهم اليومية، إضافة إلى تأثير الإعلام على المجتمع ككل.

ومما لا شك فيه أن عادات استخدام وسائل الإعلام تؤثر على هوية الفرد وثقته في نفسه وعلاقاته الاجتماعية ومستقبله. لذلك من المهم أن نهتم بتطوير الجوانب: الاجتماعية، والأخلاقية، والعاطفية للمتدربين.

كذلك من المهم ربط مهارات التربية الإعلامية المكتسبة بأخلاقيات وسائل الإعلام وسلوكيات التواصل، وتعزيز المهارات الاجتماعية والعاطفية التي تساعد الطلبة على ترسيخ الشعور بالمسؤولية الاجتماعية ومراعاة المبادئ الأخلاقية. وتعزيزا للتربية الإعلامية يجب أن يقوم الطلبة بتقييم دوري لكيفية استخدامهم لوسائل الإعلام، وكيفية التفاعل اجتماعيا عبرها، بالإضافة للتفكير في القيم الوافدة إليه عبر الرسائل الإعلامية. وعلى الطلبة أن يمارسوا وعيهم فيما يتعلق بتأثير الإعلام وتقنياته على سلوك الأفراد وتوجهاتهم، ولا بد من تشجيعهم على تناول القضايا بعين ناقدة، وأن يحاولوا تفهم مشاعر الآخرين وأفكارهم وتهذيب أنفسهم للتعاطف مع الآخرين.

قد يسفر تسارع وآنية طبيعة وسائل الإعلام الرقمية عن تولد سلوك انفعالي عند الأفراد من كافة الأعمار، الأمر الذي يفسح المجال أمام المتدربين أو الطلبة لتقييم خبراتهم الشخصية على هذا النوع من السلوك المستشري على شبكات التواصل الاجتماعي، في محاولة لزيادة وعيهم، وتبادل الآراء فيما يخص سلوكهم وسلوك أصدقائهم.

وقد يتمكن الطلبة أو المتدربون من اختبار مدى تأثير الحالة الاجتماعية، وقيم السلطة والقوة على التواصل بين الناس، والتي تظهر بالثناء، والنقد، أو الإشاعات والثرثرة. كما قد تفتح هذه الخطوة مجالا لتعلم كيفية التنبؤ بعواقب أفعالهم، واستخدام المنطق الافتراضي للتعبير عن السلطة والمسؤولية.

وفي ذات السياق تعد قضايا الخصوصية، وحقوق الطبع والنشر، والاستخدام العادل، والأشكال المستجدة لوسائل التواصل، أرضا خصبة لمناقشة أخلاقيات وسلوكيات الإعلام.

الخطوة الخامسة: الفعل

ووفقا للتسلسل المنطقي للأمور، تأتي الخطوة الخامسة والأخيرة لترجمة كافة المهارات السابقة على أرض الواقع، حيث تضمن التربية الإعلامية مبدأ التفاعل؛ لما يمثله التمكين خلال العملية التعليمية من ثقل وأهمية، بحيث يتعلم المتدربون أو الطلبة كيفية تطبيق ما تلقوه في المجتمع وعلى أرض الواقع. لذلك يجب أن يرتبط الشق التعليمي بمواضيع اجتماعية نابعة من الواقع. كما إن آراء الطلبة يجب أن تتخطى حدود الصف، كونهم جزءا فاعلا في المجتمع، ولديهم القدرة على أن يعبروا عن آرائهم علنا لتحسين الكثير من الأوضاع على الصعيدين الخاص والعام.

وخلاصة القول، يقصد بترجمة المهارات إلى مخرجات عملية من خلال العمل الفردي والجماعي لنشر المعرفة وجذب الانتباه العالمي للمطالب المحقة والمهمة، كقضايا الأسرة، والعمل، والمجتمع، على سبيل المثال، وإيجاد حلول لها. ويجب أن تترسخ في ذوات الطلبة والمتدربين تلك العلاقة الوطيدة بين التعليم والمواطنة، وتحمل المسؤولية، لما يقومون به من أفعال، إضافة إلى تعزيز مبدأ النزاهة لديهم.

معلومات حول «الإعلام»

* ما هي وسيلة الإعلام؟

ثمة طرق عدة لتعريف الوسيلة الإعلامية، ويمكن إجمال دلالاتها بإحدى الطرق أو قنوات التواصل أو المعلومات أو الترفيه في مجتمع ما، فمثلا الصحيفة والإذاعة والتلفاز هي وسائل أو وسائط إعلامية. وتستخدم الوسيلة الإعلامية لنقل الرسائل بين الناس، إلا أنه لا تتم مشاركة الرسائل مباشرة وجها لوجه، بل بطريقة غير مباشرة عبر الوسيلة الإعلامية. وخلال هذه العملية، يقوم مرسلو الرسالة أو المحتوى؛ أي صانعو الإعلام، بتشفيرها، على أن يقوم المتلقي؛ أي الجمهور، بمهمة فك شيفرتها، وتعرف الرسائل المنقولة بالطريقة سالفة الذكر بالرسائل الإعلامية.

* بعض الأمثلة على وسائل الإعلام:

تزامن ظهور الإعلام مع تطور اللغات المكتوبة، حيث تمكن الناس وللمرة الأولى من كتابة ونسخ محتوى ما مرارا وتكرارا. أما في الوقت الراهن فلدينا فيض من وسائل الإعلام التي تندرج ضمن الإعلام التقليدي والصحافة المطبوعة، مثل:

* النشرات والملاحظات.
* الصحف والمجلات.
* الكتب.
* الرسوم الساخرة.

*** وقد شرع الناس باستخدام الإعلام الرقمي في القرن العشرين، ومنذ ذلك الحين بدأت عجلة تكنولوجيا الإعلام تتطور باضطراد. وفيما يلي جملة من الأمثلة على الإعلام الرقمي، والإعلام غير التقليدي:**

* الإذاعة.
* السينما.
* التلفاز.
* الحاسوب.
* ألعاب الفيديو.
* الإنترنت.
* الموسيقى المسجلة.
* الهواتف الخلوية.
* الكتب الإلكترونية.

*** ويمكن إجمال وسائل الإعلام ضمن أربعة أنواع: مطبوع، ومرئي، ومسموع، ورقمي. وتجسد هذه الأجناس إطارا عاما لأشكال وسائل الإعلام؛ كونها تحوي في طياتها عناصر وأجناسا إعلامية أخرى.**

* الإعلام المطبوع: يضم الكتب، والصحف، والمجلات.
* الإعلام المسموع: يضم المذياع، والموسيقى المسجلة، والأقراص المرنة، وملفات الصوت بصيغة MP3.
* الإعلام المرئي: يضم الأفلام، والتلفاز، والصور، والرسومات.
* الإعلام الرقمي: يضم الإنترنت، والبريد الإلكتروني، وألعاب الفيديو، وشبكات التواصل الاجتماعي الإلكترونية.

* ما هي وسائل الإعلام الجماهيري؟ ووسائل التواصل الجماهيري؟

يقصد بوسائل الإعلام الجماهيري التقنيات الإعلامية المتنوعة التي تهدف للوصول لأكبر شريحة من الناس عبر وسائل التواصل الجماهيري؛ من كتب، وجرائد، وصحف، وإذاعة، وتلفاز، وأفلام، وموسيقى مسجلة، وصفحات إلكترونية، وإعلانات، وغيرها من وسائل التواصل الجماهيري.

وعادة ما يكون مسار رسائل الإعلام الجماهيري ذا اتجاه واحد؛ بمعنى وجود فريق صغير من صانعي الإعلام يخلق محتوى إعلاميا ذا قيم، ويبثه للجمهور، بغض النظر عن الآلية، لتحقيق أهداف معينة، من جملتها جني المكاسب عبر الإعلانات، وبيع الموسيقى، والأفلام، والبرامج التلفزيونية، وألعاب الفيديو، إضافة للهدف الأساس؛ ألا وهو إكساب وسيلتهم الإعلامية المزيد من الشهرة، وبالتالي المزيد من النفوذ والتأثير.

* ما هو التواصل الشخصي؟

باختصار شديد يقف التواصل الشخصي على الجهة النقيضة للتواصل الجماهيري؛ فالرسائل هنا ترسل وتستقبل بين شخصين أو أكثر لديهم الفرصة الكاملة للتفاعل مع المرسِل، (أو المرسِلين)، وطرح الأسئلة إن لم تكن الرسالة واضحة.

وقد يكون التواصل بين الأشخاص وسيلة لتبليغ الرسائل، ككتابة الرسائل، أو تدوين الملاحظات، أو البطاقات البريدية، أو إرسال رسائل نصية بالهواتف الخلوية، أو تبادل الصور الفوتوغرافية، أو المهاتفة، أو عقد الاجتماعات عبر الفيديو، وغيرها من وسائل التواصل الشخصي.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تجمع بين عناصر التواصل الجماهيري والشخصي.

* ما هي الرسائل الإعلامية؟

تعرف الرسائل الإعلامية على أنها رسائل ترسل وتستقبل عبر وسيلة أو وسط إعلامي ما. وقد تحوي هذه الرسالة معلومات، أو حقائق، أو تجارب، أو آراء، أو مشاعر، أو انطباعات عن أي موضوع يمكن تخيله. ويضطلع صانعو الإعلام بمهمة بث هذه الرسائل في الفضاء الإعلامي مستخدمين الكلمة واللفظ، ضمن ما يعرف بالتواصل اللفظي عبر محتوى وفحوى الكلمات المستخدمة، والطريقة المتبعة لصياغتها وإيصالها. وعليه فإن الرسالة الإعلامية تختلف تبعا لتوجه صانعي الإعلام، (أو وسيلة الإعلام)، التي قد تستخدم لغة بسيطة أو معقدة، بصياغة المحتوى بكلمات غير مألوفة، أو تطعيم الرسالة بكلمات أجنبية. وقد يلجأ صانعو الإعلام للتواصل غير اللفظي تارة أخرى، ويتمثل هذا الأخير بعملية من التواصل عبر إرسال وتلقي الرسائل دون استخدام الكلمات، سواء كتابة أم لفظا، والاستعاضة عنها بالمحتوى المرئي والمسموع، بما فيه من صور أو تعابير جسدية أو حركات، أو موسيقى، واستخدام الصوت والمحيط بتفاصيله وما يحويه، ورسوم الوجوه، أو ما بات يعرف بـ smileys على سبيل المثال لا الحصر.

* ما تعريف الرسائل الضمنية «Subtext»؟

غالبا ما تضم الرسائل الإعلامية مزيجا من الرسائل الظاهرة والضمنية. ويقصد بالرسائل الظاهرة المعنى الدلالي للرسالة؛ أي ما يمكن قراءته، أو رؤيته، أو سماعه بوضوح. وتمتاز الرسائل الظاهرة بسلاسة انتقالها إلى وعينا، بشكل يمكننا من تفحص المحتوى الإعلامي لإعلان ما. وغالباً ما تحتوي الإعلانات نصوصا واضحة، أو صورا لأناس سعداء وجميلي المظهر؛ لدفعنا للتركيز والتسليم بالجانب الإيجابي أو المضيء لمنتج ما.

أما الرسالة الضمنية لتلك الأنواع من الإعلانات فغالبا ما تتسلل لوعينا خلسة دون أن نلاحظها، ففي المثال السابق ستتسلل رسالة خفية أن على المتلقي أن يبدو سعيدا وأنيقا كالشخصيات الظاهرة في الإعلان؛ بعبارة أكثر إيجازا؛ تلخيص السعادة بالاستهلاك. ويتضح مما سبق أن الرسالة الضمنية هي مزيج من المعاني المكسوة بالمعاني الظاهرة. وقد لا يعلن صانعو الإعلام عن هذه الرسائل صراحة، لكنهم على وعي راسخ بوجودها. وإذا ما أمعنا النظر فيما حولنا سنجد الرسائل الضمنية تدخل حياتنا الشخصية، وكل منا يفهمها على طريقته؛

لارتباط تفسيرنا للأمور بمعارفنا وخلفياتنا الاجتماعية والشخصية. ألا نجد أنفسنا نخبئ ما يجول في دواخلنا لأسباب أخلاقية وثقافية؟ وعوضا عن جعل ما نعبر عنه مساحة للتعبير صراحة، وعما نريده، نلجأ لتضمين تعبيراتنا رسائل دفينة. إننا نمرر مقاصدنا الضمنية في رسائل ظاهرة تحوي خيوطا لمعان أخرى هي جوهر مقاصدنا وغاياتنا. ويمكننا إسقاط الأمر ذاته على صانعي الإعلام، وما يخلقونه من رسائل إعلامية ظاهرة محملة برسائل ضمنية.

* غايات الرسائل الإعلامية (تجاري، حكومي، مستقل)

من الضروري أن نتقصى صانعي الإعلام وأجنداتهم الخاصة لفهم الرسائل الإعلامية. وتتنوع غايات الرسائل الإعلامية اعتمادا على الشكل الإعلامي ووقعه على المجتمع، والمال اللازم لإيجاد الوسيلة، إضافة للمصالح الخاصة لصانعي الإعلام وممولي الوسيلة والجمهور المستهدف.

ولأن معظم وسائل الإعلام تتحكم بها مصالح تجارية لضرورة وجود من يمولها، فإن أحد أهداف الرسائل الإعلامية هو جني المال، حيث يكلف إنتاج وتوزيع فيلم واحد مبالغ مالية هائلة. لذلك عندما يتقدم أحد كتاب السيناريو أو المخرجون بفكرة إنتاج فيلم يحتوي على لغز، أو غير مألوف، فعليه أن يبحث ويختار منتجا قادرا على مواءمة فكرة الفيلم، للخروج بفيلم يصل لأكبر شريحة ممكنة من الجمهور؛ لبيع أكبر كم من التذاكر، وبالتالي جني مبلغ أكبر من المال. وقد يغير المنتج فكرة الفيلم أو يؤثر عليها. وقد تجد منتجا آخر لا يغير فكرة الفيلم، لكنه سيحاول جني الأرباح بوضع بعض المنتجات التجارية في مشاهد الفيلم، أو البرنامج، لجني المال من صانعي هذه المنتجات، فمثلا في برنامج المواهب Arabs Got Talent توضع أمام لجنة التحكيم المؤلفة من كوكبة من المشاهير كؤوس كوكاكولا، حيث تدفع شركة كوكا كولا الأموال للشركة المنتجة مقابل هذا الشكل من الترويج لمنتجاتها.

وغالبا ما تعتمد المحطات التلفزيونية كليا على المبالغ التي تجنيها من بيع المساحات الإعلانية. ويرتبط مبلغ المال المدفوع لقاء إعلان مدته عشرون ثانية بنسب مشاهدة المحطة خلال عرض الإعلان. وكلما كانت نسب المشاهدة أعلى، تضخم المبلغ المدفوع. لذلك يجد صانعو الإعلام التجاري أنفسهم تحت ضغط لاجتذاب أكبر قدر من المتابعة والاهتمام الجماهيري بالبرامج التي يقدمون.

وتفيد خبرة العديد من صانعي الإعلام بأن المعلومات القيمة لا تأتي بناتج البرامج الترفيهية، الخفيفة. إن ما سلف يفسر جنوح قنوات التلفزة التجارية لتقديم قدر كبير من المسلسلات الكوميدية والبرامج الترفيهية مقارنة بنسبة الأخبار والبرامج ذات المحتويات الأكثر عمقا وثقلا.

وفي عدد من الدول هناك ما يعرف بالإعلام الحكومي، الذي يبث ويروج لقيم ووجهات نظر الحكومة. ويتجسد هدف كل ما يبثه هذا الإعلام بإقناع الناس أن نفوذ الحكومة وأفكارها وقيادتها تصب في خدمة الصالح العام؛ لضمان بقاء الحكومة في السلطة. ولا يعني ذلك عدم وجود بعض الحكومات التي تنشد بناء مجتمع قويم بتوفير معلومات عالية الجودة كالأخبار المتلفزة، والقنوات الإخبارية الخاصة، أو المجلات الإخبارية. ومع ذلك قد لا تبث هذه القنوات معلومات شاملة تبين جميع وجهات نظر شرائح المجتمع، مما يعني كبت الأصوات المعارضة أو المناهضة.

وفي جانب آخر من الصورة نجد في بعض البلدان إعلاما غير حكومي، أو ما يعرف بالإعلام المستقل، الذي يسعى لإعتاق رسائله الإعلامية من قيود الحسابات التجارية والمصالح الحكومية. ويضطلع الإعلام المستقل بدور هام في المجتمعات؛ كونه منبرا لقصص غير مألوفة لم تنشر، تتعلق بمجموعة من وجهات النظر، وتعبر عن صوت جميع أطياف المجتمع، خاصة من لا حول لهم ولا قوة، أو من تحتاج أصواتهم منصة يبثون رسائلهم عليها.

* هل يمكن التلاعب بالرسائل الإعلامية؟

في البداية يجب الاعتراف بأن الإعلام يبث رسائل أيديولوجية نابعة من قيم معينة؛ كون مؤسس الوسيلة يسعى إلى تحقيق هدف معين، وتأثير صانعي الإعلام في الرسائل الإعلامية، سواء عن وعي أو دون وعي، نتيجة لوجهات نظرهم الشخصية.

ويقرر صانعو الإعلام ماهية القصص التي ستتم تغطيتها، والمواد التي لا تشكل موضوعا إخباريا، مما سيحول دون تمكن الجمهور من التعرف على الجانب الآخر من القصة أو الخبر.

ويوظف صانعو الإعلام لغة الإقناع والاستمالة، فهم محترفون درسوا جميع الوسائل والطرق لتحسين وقع رسائلهم الإعلامية. وقد أوضحت الدراسات العلمية أن للإعلام تأثيرا قويا جدا في مخاطبة المشاعر. حيث يلجأ صانعو الإعلام لملامسة ودغدغة مشاعر المتلقي بصورة عميقة مع موسيقى، في محاولة لكساء بعض المشاهد المتلفزة أو السينمائية بالفرح، أو بالخوف، أو بالحزن.

وهنالك سبل أخرى لزيادة الأثر العاطفي، عبر إظهار الأشخاص في الصور والإعلانات والأفلام أكثر قربا مما يبدو عليه البشر في الحياة. إضافة لطريقة عرض المعلومات على شكل قصة شخصية في الأخبار والصحف والأفلام الوثائقية، في محاولة لتقريبها من المتلقين. وعلى ضوء وعي الإعلاميين بما للبعد العاطفي للرسائل الإعلامية، فإنهم سيجنحون للتلاعب بالرسائل الإعلامية لزيادة وقعها على الناس، تماما كما هو الحال مع العناوين الرنانة التي تجذبك لقراءة محتوى ما قد تكتشف فيما بعد أنه لا يعبر عن حقيقة المقال.

* تأثير الإعلام على المجتمع

يعد سبر غور تأثير الإعلام على المجتمع ضربا من ضروب الخيال. ولكن هناك أمرا جليا في هذا الصدد، ألا وهو استحالة إنكار أهمية أثر الإعلام على المجتمع، حيث غدا ثقل الإعلام أمرا ثابتا ثبات تغيره وتقدمه. وغالبا ما يكون مضمون الإعلام وأشكاله مواضيع لمناقشات، حيث تؤثر الرسائل الضمنية للإعلام في كيفية تفكير المجتمع حول المسائل التي يواجهها.

ويجسد الإعلام جزءا هاما من الحياة الاجتماعية والثقافية والترفيهية؛ فمن جهة يعبر الإعلام عن المجتمع والثقافة، ومن جهة أخرى يعيد بلورة المجتمع والثقافة عبر ما يقدمه من رسائل. وعوضا عن الانغماس في بحث عقيم للوصول لإجابة محددة حول الأثر الاجتماعي للإعلام، وينبغي طرح أسئلة متعددة عن العلاقة بين الإعلام والمجتمع.

إن أثر الإعلام ليس أحاديا بتاتا كما قد يتصور بعضهم، فهو يمتد للتأثير في المجتمع، تماما كما يؤثر المجتمع في الإعلام. فالتأثير متبادل، وذو نتائج جوهرية يمكن رؤيتها على مختلف الصعد.

لذا من الضروري الاعتراف بأن نظام الإعلام يعكس بصورة أو بأخرى ديناميكية المجتمع. إذ سيتعذر بزوغ إعلام مستقل في ظل حكم دكتاتوري، في حين تعج مجتمعات اقتصاد السوق بالعديد من أشكال الإعلام التجاري. وهنا تجدر الإشارة لما لاحتكار الإعلام من تقويض فرص المجتمع بالمشاركة في اتخاذ القرارات، مما يجسد خرقا لحق الأفراد بالمشاركة في النقاش حول الطريق الذي يسلكه المجتمع، لذا فإن على الجميع السعي لتغيير الظروف التي تسمح بنشوء نظام احتكار إعلامي.

* تأثير الإعلام على الأفراد

الشيء ذاته ينطبق على هذا السؤال الذي لا يقل صعوبة عن سابقه لاستحالة تعميم إجابة ما على كافة الأفراد والرسائل الإعلامية. وإذا ما أردنا التعبير عن الأمر بصراحة، فنحن في خضم حرب ترفيهية ومعلوماتية لجذب واستمالة اهتمام الجمهور على مدار الساعة. حيث تشكل شبكات التواصل الاجتماعي، والموسيقى، والأفلام، وألعاب الفيديو النشاطات الترفيهية الرئيسة حول العالم، وتتفرد بما لديها من أثر على الأفراد مقارنة بالإعلام الإخباري.

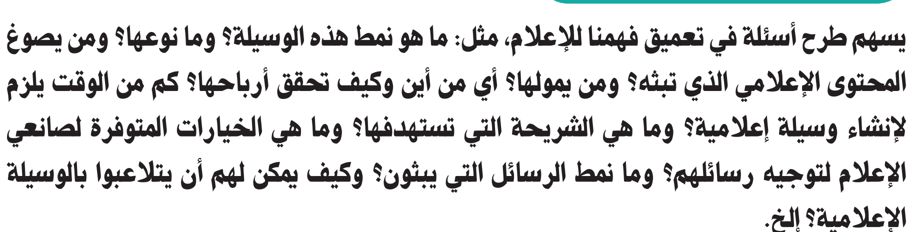
ويستخدم العديد من الأفراد الإعلام لجمع المعلومات والترفيه، وللاستعلام عن القضايا الاجتماعية الراهنة. لذلك عليهم النظر في كيفية تأثير الإعلام على حياتهم الشخصية عبر طرح أسئلة من قبيل: كيف تؤثر الرسائل الإعلامية على أفكارهم وآرائهم الشخصية؟

ومن المنطقي أن يكون للأفراد من ذات البلد والجيل الخبرات الإعلامية ذاتها، وأن يكونوا قد تأثروا بالإعلام بشكل مشابه. ولكن الجيل الشاب في معظم البلدان، وفي الوطن العربي على وجه الخصوص، يجد نفسه أمام فضاء رحب من الإعلام والتقنيات الإعلامية سريعة التحول.

ومن جهة أخرى، يتسم الأفراد بالفرادة، لذا من المحال تطابق المعاني التي يستقونها من الإعلام؛ كون الرسائل الإعلامية تصلهم مشفرة من قبل صانعي الإعلام؛ لذلك فإن على متلقي الإعلام فك شيفرتها. إلا أن فك شيفرة رسالة ما يمكن أن يتم بطرق متعددة استنادا إلى قيم المتلقي وعمره وخبراته، وتجاربه، ومعارفه واهتماماته. بعبارة أخرى تعدد العوامل التي تدخل في عملية تفكيك شيفرة رسالة إعلامية ما، وعليه فإن تحليل رسالة ما بعينها يختلف باختلاف الأشخاص.

* كيف تحلل أدمغتنا أشكال الإعلام المختلفة؟

أجريت أبحاث كثيرة حول أثر الإعلام على الدماغ، وكيف يحلل الدماغ أنواع الإعلام المختلفة. ووجد الباحثون أن للإعلام أثرا معقدا. ومن المثير للاهتمام أن الإعلام الذي يعرف بالآني؛ (أي الإذاعة والتلفزيون)، يصعب تذكره مقارنة بالإعلام الثابت أو غير التفاعلي؛ (كالصحف والجرائد). فإن اللغة؛ مكتوبة كانت أم منطوقة، يتم تحليلها في العقل بطريقة تختلف عن طرق تحليل الصور. ويتكفل الجزء الأيسر من أدمغتنا بالتحليل المنطقي للغة، بينما يقوم الجزء الأيمن من الدماغ، والمرتبط أكثر بالعواطف الإنسانية، بتحليل الصور والموسيقى. وقد تساعدنا هذه المعطيات جزئيا على تفسير كون الصور والموسيقى أقوى تأثيرا في مخاطبة عواطف المتلقي ومشاعره.



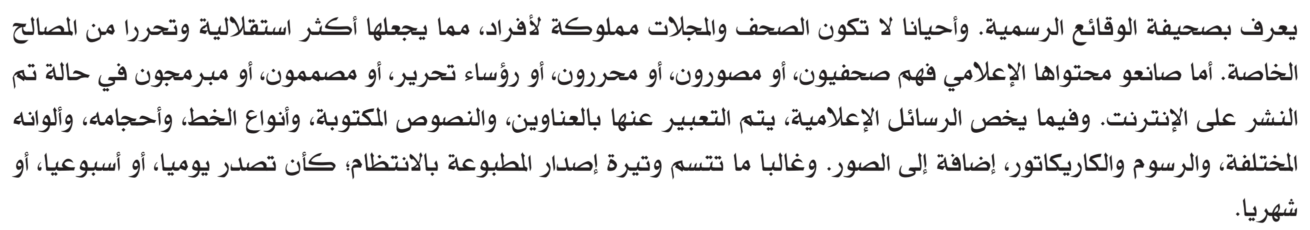
* إرشادات لفهم الإعلام



يسهم طرح أسئلة في تعميق فهمنا للإعلام، مثل: ما هو نمط هذه الوسيلة؟ وما نوعها؟ ومن يصوغ المحتوى الإعلامي الذي تبثه؟ ومن يمولها؟ أي من أين وكيف تحقق أرباحها؟ كم من الوقت يلزم لإنشاء وسيلة إعلامية؟ وما هي الشريحة التي تستهدفها؟ وما هي الخيارات المتوفرة لصانعي الإعلام لتوجيه رسائلهم؟ وما نمط الرسائل التي يبثون؟ وكيف يمكن لهم أن يتلاعبوا بالوسيلة الإعلامية؟ إلخ.

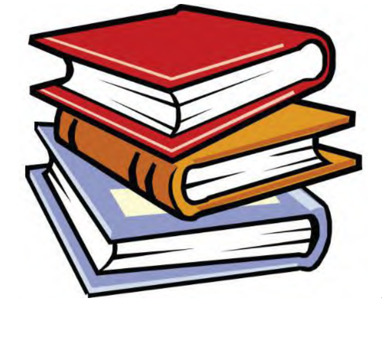
* الصحف والمجلات

عادة ما تندرج الصحف والمجلات ضمن بوتقة الصحافة المطبوعة التقليدية، إلا أن الوضع قد تغير بعض الشيء؛ حيث غدا العديد منها ينشر إلكترونيا عبر الإنترنت. ومن حيث تمويل الصحف والمجلات فغالبا ما تمولها شركات، أو أفراد، وأحيانا تمول الدولة بعض الجرائد، أو ما يعرف بصحيفة الوقائع الرسمية. وأحيانا لا تكون الصحف والمجلات مملوكة لأفراد، مما يجعلها أكثر استقلالية وتحررا من المصالح الخاصة. أما صانعو محتواها الإعلامي فهم صحفيون، أو مصورون، أو محررون، أو رؤساء تحرير، أو مصممون، أو مبرمجون في حالة تم النشر على الإنترنت. وفيما يخص الرسائل الإعلامية، يتم التعبير عنها بالعناوين، والنصوص المكتوبة، وأنواع الخط، وأحجامه، وألوانه المختلفة، والرسوم والكاريكاتور، إضافة إلى الصور. وغالبا ما تتسم وتيرة إصدار المطبوعة بالانتظام؛ كأن تصدر يوميا، أو أسبوعيا، أو شهريا.



وتسمح هذه الوتيرة بالتطرق للمواضيع والأحداث الراهنة، وتحقق الصحف والمجلات أرباحها من خلال البيع، أو الاشتراكات والإعلانات المدفوعة. وتجدر الإشارة هنا لنزوع مالكي الوسيلة الإعلامية لانتقاء المواضيع ووجهات النظر التي تغطيها وتتناولها.

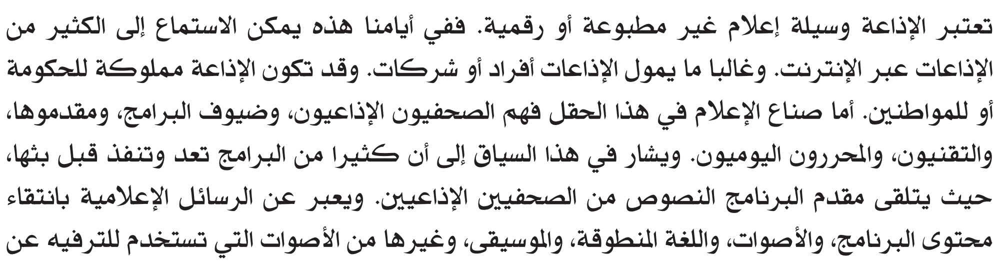
* الكتب



غالبا ما تصدر الكتب مطبوعة، وبالتالي فهي تندرج ضمن الإعلام التقليدي، ولكن كما هو حال الصحف والمجلات، غدت الكتب تنشر إلكترونيا أيضا؛ مما يتيح قراءتها بواسطة الألواح الرقمية tablets، أو الحاسوب، أو أجهزة القراءة الإلكترونية، مثل القارئ الإلكتروني. ويتم تمويل الكتب في الغالب من دور النشر، والشركات. وغالبا ما يكون صانعو هذه الوسيلة كتابا، ومحررين، ومنضدي الحروف المطبعية، وناشرين، وطابعين، ومبرمجين في حال نشر الكتب إلكترونيا. ويعبر عن الرسائل الإعلامية في الكتب بالتأليف وتصميم غلاف الكتاب، وعنوانه، والصور أو الرسومات التي يحتويها، ووصف النص، ناهيك عن نص الكتاب نفسه. وتصنف الكتب وفقا لمحتواها، أي أدبية، وخيالية، وواقعية، ودلالية، والكتب المختصة. وتتراوح المدة اللازمة لإصدار كتاب بين عدة أشهر وعدة سنوات. في حين تشكل المبيعات مصدر ربح لهذا النوع، حيث يستثمر العديد من الناشرين الكثير من المال في الإعلانات في الصحف والمذياع والتلفاز واللافتات.

* الإذاعة





تعتبر الإذاعة وسيلة إعلام غير مطبوعة أو رقمية. ففي أيامنا هذه يمكن الاستماع إلى الكثير من الإذاعات عبر الإنترنت. وغالبا ما يمول الإذاعات أفراد أو شركات. وقد تكون الإذاعة مملوكة للحكومة أو للمواطنين. أما صناع الإعلام في هذا الحقل فهم الصحفيون الإذاعيون، وضيوف البرامج، ومقدموها، والتقنيون، والمحررون اليوميون. ويشار في هذا السياق إلى أن كثيرا من البرامج تعد وتنفذ قبل بثها، حيث يتلقى مقدم البرنامج النصوص من الصحفيين الإذاعيين. ويعبر عن الرسائل الإعلامية بانتقاء محتوى البرنامج، والأصوات، واللغة المنطوقة، والموسيقى، وغيرها من الأصوات التي تستخدم للترفيه عن المتلقي، أو تقديم معلومة راهنة له. ويحتاج إعداد وإنتاج برنامج إذاعي لمدة تتأرجح بين بضع دقائق، وصولا لعدة أسابيع أو أكثر، تبعا لنوعية البرنامج وموضوعه. وتجني الإذاعات أرباحها من المساحات الإعلانية التي تبيعها. كما يتلقى بعض الإذاعات المال من مالكيها أو من مساهمات مستمعيها. أما إذاعات المواطنين فتعتمد على الهبات لتمويل أنشطتها.

* الأفلام



لا تندرج الأفلام ضمن وسائل الإعلام المطبوعة، إلا أنها تعد أحدى الوسائل الإلكترونية. ويتم عرضها في دور السينما، وغالبا ما يتم تسريبها وبيعها على شكل أقراص DVD، أو أقراص تخزين البيانات أو عبر الإنترنت بصورة غير شرعية. وتتسم جزئية تمويل أفلام السينما بالتعقيد؛ فقبل إنتاج أي فيلم يبحث المؤلف والمخرج عن شخص يموله، علما أن كل شيء يتوقف على كمية المال التي تلزم لإنتاج الفيلم، وغالبا ما يتسم إنتاج الأفلام بتكاليف باهظة. وقد يمول الأفلام أفراد؛ (منتج واحد أو عدة منتجين)، أو شركات إنتاج ضخمة. وغالبا ما يتم تمويلها من محطات تلفزيونية أو شركات كبرى، مما يسمح لها أن تظهر سلعها في الفيلم، كأن يقود أبطال الفيلم سيارات مرسيدس، أو أي نوع آخر، إذا كان الفيلم من إنتاجهم. أما صانعو هذا المضمار فيبلغ عددهم المئات، أو حتى الآلاف، من مخرجين ومساعديهم، وكتاب ومؤلفين سينمائيين، وممثلين، ومصورين، ومهندسي صوت، وميسري ألوان، ومصممي ملابس، ومستكشفي مواقع التصوير، والممثلين البدلاء ممن يقومون بالأدوار الخطرة بدلا عن الأبطال الرئيسيين، ومئات تقنيي المؤثرات الخاصة، وغيرهم ممن لا يسع ذكرهم هنا. أما الرسالة الإعلامية فيعبر عنها من خلال جنس الفيلم؛ (عاطفي، أو تأريخي، إلخ)، وقصته، وحبكته الدرامية، والسياق، والشخصيات، والممثلين، والملابس، والمؤثرات البصرية؛ (من إضاءة وظل، وتوظيف للألوان، وزمان ومكان أحداث الفيلم)، إضافة للصوت؛ (من موسيقى، وأصوات غير بشرية، وغيرها من المؤثرات الصوتية)، إضافة إلى التحرير. وعادة ما تتباين المدة اللازمة لإنتاج فيلم بين نصف عام وعدة سنوات. وتجنى أرباح الأفلام من المال الذي وفرته الشركات الممولة للفيلم، وعائدات بيع التذاكر وبيع أقراص الـ DVD، أو Blue Ray، وتسويق المنتجات المتعلقة بالفيلم؛ (إعلانات السينما، واللافتات، والإعلانات التلفزيونية)؛ لاجتذاب أكبر عدد ممكن من الجمهور.

* التلفاز



يتقاطع تصنيف التلفاز مع الأفلام كونه وسيلة إعلامية غير مطبوعة ورقمية. علما أن العديد من البرامج التلفزيونية تحمل على الإنترنت بعد بثها لإتاحة مشاهدتها عبر هذه الشبكة. وتمول قنوات التلفزة من الدولة، ومن مساهمات المشاهدين، أو من الشركات والأفراد. ففي بعض البلدان يدفع المواطنون المال لتمويل المحطات التلفزيونية كما هو الحال في بعض الدول العربية. ويعد صانعو الإعلام هنا هم: مديرو البرامج، والضيوف، والمقدمون، والصحفيون، ورؤساء التحرير، والمحررون اليوميون، والمصورون، ومهندسو الصوت، وتقنيو المونتاج، والممثلون، والمشاهير، والسياسيون، والموسيقيون وغيرهم. ويعبر عن الرسائل الإعلامية المتلفزة عبر انتقاء محتوى البرنامج، والضيوف والمقدمين، واللغة المنطوقة، والنصوص واللغة المكتوبة وأبعادها المرئية، والمؤثرات الصوتية. ويتراوح الوقت اللازم لإنتاج برنامج تلفزيوني بين بضع ساعات وصولا لشهر. وفيما يخص الأرباح، فتجني قنوات التلفزة معظم أرباحها من بيع المساحات الإعلانية. وتجدر الإشارة مجددا إلى أنه وفي بعض البلدان يدفع كل مواطن ضرائب لدعم القنوات التلفزيونية التي تملكها الدولة، كما هو الحال في مصر على سبيل المثال لا الحصر. وفي حال قامت شركة ما أو مجموعة أفراد بتمويل قناة تلفزيونية فإنهم عادة ما يقدمون على اختيار المواضيع ووجهات النظر التي تتبناها وتبثها المحطة.

* ألعاب الفيديو



ينطبق تصنيف التلفاز على ألعاب الفيديو؛ فهي أيضا وسيلة إعلامية رقمية غير مطبوعة. ويمكن التمتع بألعاب الفيديو على أجهزة الألعاب الخاصة مثل البلاي ستيشن، أو الحواسيب، أو الهواتف الخليوية. ويتوقف تمويل اللعبة على مدى تعقيدها والوقت اللازم لإنهائها، وعادة ما تمول هذه الألعاب من شركات الألعاب الضخمة أو الصغيرة، أو مبرمجون أفراد. وصانعو الإعلام هنا هم المديرون الفنيون، والمبرمجون، والمصممون، ومصممو مستويات اللعبة، والمؤلفون، ومؤلفو الموسيقى، إلخ. ويعبر عن الرسائل الإعلامية في ألعاب الفيديو حسب نوع اللعبة، ومتطلباتها، وقصتها، وأبطالها، وإمكانيات التفاعل المتاحة في اللعبة وهدفها، بالإضافة للغة المستخدمة، وما تحويه من تطبيقات بصرية وسمعية. أما الوقت اللازم لإنتاج لعبة فيديو فيرتبط بتعقيدها وجهاز تشغيلها، وتتراوح مدة إنتاج لعبة فيديو بين يوم واحد وبضع سنوات. وتجنى معظم الأرباح من مبيعات اللعبة، والإعلانات قبل أو خلال إطلاقها في الأسواق، عدا عن الخصائص الإضافية التي يمكن ابتياعها لإثراء اللعبة.

* الإنترنت عن الحاسوب والهواتف الذكية



يندرج الإنترنت ضمن وسائل الإعلام الإلكترونية غير المطبوعة، إن هذه الوسيلة متوفرة على أجهزة معينة من جملتها الحاسوب والهواتف الذكية، والألواح الرقمية، وأنظمة الألعاب، وقارئات الكتب الإلكترونية. عند الحديث عن تمويل الإنترنت لن نجد لها مصدر تمويل محددا على عكس الوسائل الإعلامية الأخرى؛ إذ إن الفرصة متاحة أمام كل من لديه المعرفة اللازمة بتكنولوجيا وسائل الإعلام أن يغدو من «مالكي» صفحة خاصة بهم على الإنترنت. بعبارة أخرى، يمكن للشركات والدول والأفراد أن يتملكوا صفحات أو مدونات تفاعلية كاليوتيوب، والفيسبوك، وغوغل. أما صانعو الإعلام في هذه الوسيلة فهم مزيج من المبرمجين، ومصممي المواقع الإلكترونية، وخبراء تكنولوجيا المعلومات، والمؤلفين، والصحفيين، والمواطنين، والإعلاميين. ويعرف التداخل ما بين جميع أنواع الإعلام الأخرى على الإنترنت بالتلاقي الإعلامي، أو التلاقح الإعلامي media convergence. ويعبر عن الرسائل الإعلامية على شبكة الإنترنت بلائحة يطول ذكرها، ولكن فيما يلي زمرة من هذه الأدوات: التصميم، واللغة المكتوبة، والعناوين، والألوان، والخطوط وأنواعها، والصور، والفيديوهات، والأصوات وفرص التفاعل، إلخ. ويعتمد الوقت اللازم لإنتاج محتوى ما على الإنترنت على مضمون ذاك المحتوى، الأمر الذي قد يتراوح بين ثوان أو أشهر. وتجنى معظم الأرباح من الإعلانات الظاهرة على الشاشة، وبيع بيانات المستخدمين، والتسوق عبر الإنترنت. وفي الأعم الأغلب لا يثمر محتوى الصفحة عن أي ربح؛ فكل ما يلزم هو تسليط الضوء عليه لنشر الأفكار والتعبير عن الذات والتفاعل الاجتماعي مع الآخرين.

* الإنترنت – مواقع التواصل الاجتماعي (الحاسوب/الهاتف الخلوي)



تجسد شبكات التواصل الاجتماعي منصات على الإنترنت. وبالتالي فهي وسيلة غير مطبوعة، وتندرج ضمن ما غدا يعرف بالإعلام الجديد. وتتوفر هذه الوسيلة على أجهزة معينة من جملتها الحاسوب والهواتف الذكية، والألواح الرقمية. وعادة ما تقوم شركات بتمويل هذه الوسائل. على سبيل المثال، قام مارك زوكربيرغ بتطوير الفيسبوك في عام ٢٠٠٤، وهو في عقده الثاني، والآن تقوم شركة ضخمة هي شركة فيسبوك بإدارة هذه الوسيلة. أما صانعو هذا الفضاء فهم المبرمجون ومصممو المواقع الإلكترونية، وخبراء تكنولوجيا المعلومات الذين يقدمون هذه المنصة الإعلامية، بالإضافة للمليارات المستخدمين الذين يشكل غالبيتهم أفرادا، وشركات، أو مجموعات تخلق محتوى ما وتشاركه. أما الرسائل الإعلامية لصانعي إعلام وسائل التواصل الاجتماعي فيتم نقلها عبر اللغة المكتوبة، والصور والروابط المشاركة، والفيديوهات والأصوات. كما ويتسم الوقت اللازم لإنتاج محتوى ما على وسيلة من وسائل التواصل الاجتماعي بالقصر، بحيث يتراوح بين بضع ثوان وبضع ساعات. وتجنى الأرباح من الإعلانات التي تظهر على الشاشة، وبيع بيانات المستخدمين للشركات، والمؤسسات أو الحكومات التي تقوم بالدفع لقاء الحصول على هذه المعلومات، حيث توظف شركات هذه الوسائل ما تجنيه في إدارة وصيانة. غالبا لا يجني المستخدمون الربح من خلال المحتوى الذي ينشرونه باستثناء المدونين المشهورين، أو مدوني الفيديو video-bloggers، الذين يحصلون على مدخول من الإعلانات أو من الشركات التي يتم استخدام منتجاتها في الفيديو.

المشهد الإعلامي الفلسطيني

تعتمد ممارسة حرية الرأي والتعبير على معايير الدولة والقوانين المعمول بها، وهنا تنص المادة رقم (٣٨) من القانون الأساسي الفلسطيني على أن: حرية الرأي مكفولة، ولكل إنسان الحق في التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو الفن، أو غير ذلك من وسائل التعبير، مع مراعاة أحكام القانون.

ويرتبط الحق في التعبير وحرية الرأي ارتباطا وثيقا بحرية الإعلام بأشكاله كافة: المرئي والمكتوب والمسموع والإلكتروني، وبحرية الحصول على المعلومات، إضافة إلى حرية الطباعة والنشر. إذ تتمتع وسائل الإعلام المرئية والمسموعة بدور فعال في ممارسة حرية الرأي والتعبير، كأداة لبث الأخبار والمواد الإعلامية المختلفة، ونقل الآراء ومناقشتها على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية.

وقد عملت السلطة الوطنية الفلسطينية على تنظيم قانون المطبوعات والنشر الذي ينظم العلاقة بين السلطة والصحافة. وبدأت تتبلور الحركة الصحفية في ظل السلطة بإعطاء تراخيص لإصدار الصحف، واعتمدته رسميا تحت مسمى «قانون المطبوعات والنشر لسنة ١٩٩٥». كما أنشأت نقابة للصحفيين في وقت مبكر، للملمة الجهود الصحفية، ولم شمل الصحفيين، وتوحيد صفوفهم، ورفع المستوى المهني، والدفاع عن حقوقهم، وتقديم التدريبات الخاصة لهم. وقد تمكن الصحفيون عام ١٩٧٨ من تشكيل رابطة الصحفيين، التي حملت اسم «رابطة الصحفيين العرب في الأراضي المحتلة».

* تاريخ الإعلام الفلسطيني

يمتاز الإعلام الفلسطيني بخصوصية فرضتها الظروف الخاصة التي مر بها التاريخ النضالي الفلسطيني؛ فقد ارتبط العمل الإعلامي في فلسطين ارتباطا وثيقا بالعمل السياسي والنضالي، وتأثر بالواقع السياسي الذي عاشه الشعب الفلسطيني.

لذا تطورت الصحافة الفلسطينية على مراحل مختلفة، حسب الظروف السياسية القائمة، بدأت المرحلة الأولى بصدور أول صحيفة باللغة العربية في القدس في العهد العثماني عام ١٨٧٦، توقفت مع نشوب الحرب العالمية الأولى سنة ١٩١٤. وعادت الصحف العربية إلى الصدور في ظل الانتداب البريطاني (١٩١٩)، حتى عام ١٩٤٨. وهذه الحقبة تشكل المرحلة الثانية من تطور الصحافة الفلسطينية. أما المرحلة الثالثة فبدأت بعد النكبة وقيام دولة الاحتلال وضم الضفة الغربية إلى المملكة الأردنية الهاشمية عام (١٩٥٠). وتأتي المرحلة الرابعة بعد حرب ١٩٦٧. أما المرحلة الخامسة التي تستمر حتى يومنا هذا فتبدأ بتوقيع اتفاق أوسلو عام ١٩٩٣، والانسحاب الإسرائيلي من المدن الفلسطينية الرئيسة، وإنشاء السلطة الوطنية الفلسطينية.

وقد اختلفت أنماط الصحف والمجلات في فلسطين خلال المراحل الخمس، وتميزت كل مرحلة عن الأخرى في نوعية الصحف والمجلات وكمياتها الصادرة، واختلاف الأقلام الصحفية التي كانت تكتب في تلك المراحل.

أما على صعيد الإذاعة فقد كانت هناك إذاعتان؛ الأولى «هنا القدس» تأسست عام ١٩٣٦، والثانية إذاعة «الشرق الأدنى»، التي أنشئت في أوائل الأربعينات. إلا أنهما توقفتا عن العمل في فلسطين بعد الاحتلال الإسرائيلي عام ١٩٤٨، ولم تسمح إسرائيل بإنشاء إذاعة وتلفزيون فلسطيني حتى عام ١٩٩٣، أي بعد اتفاقية أوسلو.

أما الإنتاج التلفزيوني والسينمائي، فقد كان هناك العديد من الأعمال التلفزيونية والسينمائية التي أخذت طابعا توثيقيا في أغلب الأحيان. وقد ظل هذا الوضع على ما هو عليه إلى ما بعد توقيع اتفاق أوسلو، الذي سمح بموجبه للفلسطينيين إقامة «سلطة للإذاعة والتلفزيون»، سميت فيما بعد «الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون».

وتطور الإعلام الفلسطيني بشكل ملحوظ بعد توقيع اتفاق أوسلو، وإقامة السلطة الوطنية الفلسطينية، التي بادرت لإنشاء وزارة للإعلام. ولم يقتصر هذا التطور على الصحافة المكتوبة فحسب، بل في مجالي المرئي والمسموع على حد سواء؛ فقد أصدرت وزارة الإعلام في فلسطين أكثر من ١٣٢ ترخيصا؛ منها ٨٠ لمجلات، و٤٢ لصحف، وأصدرت لأفراد وأحزاب ومؤسسات غير حكومية أخرى رخصا لإصدار صحف يومية أو مجلات أسبوعية أو شهرية أو ربع سنوية.

وتعد صحيفة القدس أول صحيفة فلسطينية تصدر بعد سماح الاحتلال الإسرائيلي للصحف بالصدور، على يد الصحفي محمود أبو الزلف. كما صدرت بعدها صحف الفجر والشعب والنهار، التي توقفت عن الصدور في أواخر الثمانينات وأوائل التسعينات. أما صحيفتا «الحياة الجديدة»، و«الأيام» فقد صدرتا بعد قيام السلطة الوطنية الفلسطينية.

*** ويتبع للدولة والحكومة سبع وسائل إعلامية، تعرف بالإعلام الرسمي أو الحكومي، وهي:**

* وكالة الأنباء والمعلومات الفلسطينية «وفا».
* هيئة الإذاعة والتلفزيون.
* دائرة الثقافة والإعلام.
* وزارة الإعلام.
* هيئة التوجيه السياسي والمعنوي.
* مكتب إعلام الرئاسة.
* مركز الإعلام الحكومي.

*** أما الصحف الورقية، فأكثرها خاصة، وهي:**

* صحيفة الأيام (رام الله)
* صحيفة الاتحاد (حيفا)
* صحيفة الحياة الجديدة (رام الله)
* جريدة الصباح (غزة)
* صحيفة القدس (القدس)
* صحيفة المنار (القدس)
* صحيفة فلسطين (غزة)
* صحيفة الاستقلال (غزة)
* صحيفة الرسالة (غزة)

*** ويبلغ عدد الإذاعات المحلية في فلسطين حوالي ٥٠ إذاعة، من أشهرها الإذاعات الخاصة التالية:**

* إذاعة صوت النجاح
* إذاعة راية اف ام
* إذاعة أجيال
* إذاعة حياة
* إذاعة نغم
* إذاعة بيرزيت
* إذاعة صوت الحرية
* إذاعة بيت لحم ٢٠٠٠
* نساء أف أم

*** ويبلغ عدد المحطات التلفزيونية حوالي ٣٠ فضائية، منها خاص، والآخر تابع لجهات وأحزاب سياسية، نذكر منها:**

* قناة الفلسطينية

* قناة الأقصى

* قناة فلسطين اليوم

* قناة فضائية معا

* قناة القدس

* قناة القدس التعليمية

* قناة الكوفية

* قناة عودة

* ويعتمد أغلب وسائل الإعلام المحلية الخاصة في تمويلها ودفع التزاماتها على عائدات الإعلانات التجارية أو الاجتماعية.

المراجع

١. بطراوي، وليد (٢٠٠١)، محطات التلفزة الخاصة في فلسطين. رسالة ماجستير مقدمة إلى جامعة ليستير في بريطانيا. (لم تنشر بعد).

٢. الخطيب، نبيل (٢٠٠١)، «خارطة الإعلام الفلسطيني، ملخص موجز». ورقة مقدمة إلى اليوم الدراسي الإعلامي الأول (فلسطين وتحديات الإعلام)، جامعة بير زيت ٢٨ نيسان ٢٠٠١.

٣. مرعشلي، أحمد وهاشم، عبد الهادي. «الصحافة»، الموسوعة الفلسطينية. المجلد الثالث، ص ٧ - ١٨. دار الأسوار، عكا.

أخلاقيات العمل الصحفي



أخلاقيات العمل الصحفي للطلبة

زارت داليا وزميلاتها صحيفة يومية في مدينة رام الله ضمن رحلة مدرسية تعليمية، وبدأت الزيارة بجولة في أقسام الصحيفة تعرفن خلالها على مراحل العمل المختلفة، ثم التقين برئيس التحرير ليطرحن عليه بعض الأسئلة. وأثناء اللقاء لاحظت داليا نصا معلقا على الحائط يحمل عنوان: مدونة السلوك المهني الإعلامي؛ فبادرت بسؤال رئيس التحرير عنها، فأجابها: «تجمع هذه المدونة المبادئ التي اتفق عليها الصحفيون الفلسطينيون، وتنص على أنه ينبغي أن يتصف الصحفيون بالنزاهة والعدالة والشجاعة في جمع المعلومات وتقريرها وتفسيرها سعيا لنقل الحقيقة».



إضـاءة

١. ضرورة وجود صحافة حرة وغير منحازة.
٢. البحث عن الحقائق وكل ما يهم الجمهور، ونشره دون إثارة أو تضخيم أو تهوين أو انحياز.
٣. التحقق من دقة المعلومات المراد نشرها من مصدرين على الأقل.
٤. عدم نشر صور الضحايا بطريقة تؤثر على مشاعر ذويهم أو مشاعر المواطنين عامة.
٥. عدم التشهير أو التحريض على العنف والكراهية ضد أي شخص أو جهة أو مؤسسة على أساس الجنس أو العرق أو الدين أو الانتماء السياسي.
٦. الامتناع عن نسخ عمل الآخرين كليا أو جزئيا، وضرورة الإشارة إلى أي اقتباس أو نقل مسموح به بعلامة تنصيص.

تقول داليا: «نحن لسنا صحفيين محترفين، ولكننا نكتب عن مواضيع تهمنا لمجلة الحائط والإذاعة الصباحية؛ فهل نحن بحاجة للالتزام بهذه المبادئ أيضا»؟

رئيس التحرير: «بالطبع، أنتم أيضا لكم حقوق وعليكم واجبات أثناء نشاطكم الإعلامي».
وبعد انتهاء اللقاء مع رئيس التحرير، اتفقت داليا مع صديقاتها من مجموعة التربية الإعلامية في المدرسة على تخصيص جلستهن المقبلة لوضع مبادئ لعملهن الصحفي وتسميتها: واجباتنا في مجلة الحائط والإذاعة الصباحية.

اختبر نفسك

١. ليس من الضروري أن تلتزم كل وسائل الإعلام بمدونة السلوك المهني الإعلامي. هل هذا صحيح أم لا؟ ولماذا؟
٢. مبدأ عدم نشر الكراهية ينطبق فقط على أصدقائي والناس الذين أحبهم. هل هذا صحيح؟ ولماذا؟
٣. أبحث على الإنترنت عن ثلاثة مبادئ وردت في تعريف مدونة السلوك، وأطبقها خلال إعداد مجلة الحائط والإذاعة الصباحية.

عن الاتحاد الدولي للصحفيين

الاتحاد الدولي للصحفيين هو أكبر منظمة عالمية للصحفيين. تأسس للمرة الأولى عام ١٩٢٦، ثم أعيد تأسيسه مرة أخرى عام ١٩٤٦، واستقر على شكله الحالي بعد اعادة تأسيسه للمرة الثالثة عام ١٩٥٢. ويمثل الاتحاد الدولي للصحفيين هذه الأيام أكثر من ٦٠٠٠٠٠ صحفي في ١٢٠ دولة حول العالم.

يسعى الاتحاد الدولي للصحفيين إلى العمل والتحرك على المستوى الدولي للدفاع عن حرية الصحافة والعدل الاجتماعي بالتعاون مع اتحادات صحفيين قوية، وحرة، ومستقلة.

لا يتبنى الاتحاد الدولي للصحفيين توجها سياسيا معينا، ولكنه يروج لحقوق الإنسان، والديمقراطية، والتعددية.

يعارض الاتحاد الدولي للصحفيين كل أنواع التمييز، ويدين استخدام الإعلام للأغراض الدعائية، أو للترويج للتعصب وعدم التسامح والصراع.

يؤمن الاتحاد الدولي للصحفيين بحرية التعبير السياسي والثقافي، ويدافع عن العمل النقابي وباقي الحريات الأساسية للإنسان.

الاتحاد الدولي للصحفيين هو المنظمة التي تتحدث باسم الصحفيين داخل نظام الأمم المتحدة، وضمن الحركة النقابية العالمية.

يقدم الاتحاد الدولي للصحفيين دعمه للصحفيين واتحاداتهم كلما خاضوا مواجهة دفاعا عن حقوقهم العمالية والمهنية، كما وقام بتأسيس صندوق دولي للسلامة المهنية يقدم دعما إنسانيا للصحفيين المحتاجين.

يتم إقرار سياسة الاتحاد الدولي للصحفيين من المؤتمر العام «الكونجرس»، الذي يجتمع مرة كل ثلاث سنوات. وتقوم سكرتاريا الاتحاد الدولي للصحفيين من مقر الاتحاد في بروكسل بمتابعة تنفيذ برنامج العمل، بتوجيه من اللجنة التنفيذية المنتخبة. عقد آخر مؤتمر عام للاتحاد الدولي للصحفيين في موسكو بتاريخ ٢٨ أيار – ١ حزيران ٢٠٠٧.

المصدر:

* الإتحاد الدولي للصحفيين: http://www.ifj-arabic.org/about.html

ورقة عمل (١)

وظيفة الصحافة ووسائل الإعلام

* فكرة هذا المثال مستمدة من «صحف قيد التعليم، الرابطة العالمية للصحف».

تقوم أي وسيلة إعلامية مهنية حرة وغير منحازة، من إذاعة أو تلفزيون وصحيفة، بالعديد من المهام ومنها:

* تقدم المعلومات عبر توفير الحقائق، والأرقام، والخرائط، والصور أو الرسوم التوضيحية.
* تقوم بالتثقيف، فهي لا تقدم حقائق فقط، بل تتجاوزها إلى تقارير مفصلة، وتحليلات عميقة، ومقالات رأي.
* توصل صوت من لا صوت له، أي تغطي مواضيع تتمحور حول مشاكل الفئات المهمشة في المجتمع مثل ذوي الاحتياجات الخاصة، والفقراء، والأيتام، إضافة إلى الآمال والتطلعات.
* توفر مساحة للتعبير عن الآمال والتطلعات.
* تسلي القراء بألعاب وفوازير يمكن حلها في أوقات الفراغ، وتقديم الشخصيات الهزلية، والألغاز.

* دعونا نبحث في الصحف المحلية عن أمثلة للمهام التي تقوم بها الصحيفة:

* الحقائق:

* التثقيف:

* التسلية:

* إيصال صوت من لا صوت له:

ورقة عمل (٢)

ضرورة وجود صحافة حرة وغير منحازة

دعونا نفكر بمعنى المصطلحين: حر، وغير منحاز، ونكتب شرحا لهما. ماذا يعني أن تكون صحيفة فلسطينية أو إذاعة فلسطينية أو قناة تلفزيونية فلسطينية حرة وغير منحازة؟

* لنفكر أيضا: كيف نستطيع أن نتأكد من أن وسيلة إعلامية ما حرة وغير منحازة؟ ستساعدنا النقاط التالية:

التمويل: من يمول وسيلة الإعلام؟ وكيف يمكن أن يؤثر التمويل على مضامينها؟

الفصل بين الرأي والحقائق: هل تفصل الوسيلة الإعلامية في مضامينها بين الرأي والأشكال الصحفية الأخرى كالخبر، والتقرير؟

ورقة عمل (٣)

تنص مدونة السلوك المهني الإعلامي على أن البحث عن الحقائق وكل ما يهم الجمهور، ونشره، يجب أن يتم دون إثارة أو تضخيم أو انحياز.

لنبحث عن تقرير صحفي يتناول نفس الحدث في صحيفتين أو أكثر، ثم نقارن بينهما مستفيدين مما ورد في نص مدونة السلوك. والإجابة على التالي:

	صحيفة ١	صحيفة ٢	صحيفة ٣
حقائق مشتركة.			
حقائق تتفرد بها صحيفة ما أو صحيفتان.			
هل يتضمن نص التقرير جملا أو كلمات تعبر عن الانحياز؟			
صياغة العنوان: ١. هل يضخم العنوان الحدث؟ ٢. هل يعكس العنوان انحيازا لجهة ما؟			



ورقة عمل ٤

* تنص مدونة السلوك المهني الإعلامي على عدم التشهير أو التحريض على العنف والكراهية ضد أي شخص أو جهة أو مؤسسة على أساس الجنس أو العرق أو الدين أو الانتماء السياسي.

*** قارن بين خبر ١ وخبر ٢:**

١. حالات تسمم في مطعم الساحة في القدس

من الأفضل أن يغلق المطعم أبوابه قبل أن يتعرض المزيد من الزبائن للخطر. فقد أكد بعض الرواد الذين تناولوا طعام العشاء في «الساحة» البارحة مساء، أنهم قضوا الليل في المستشفى بعد أن أحسوا بأعراض تسمم. وتجدر الإشارة إلى أن هناك حالات تسمم أخرى منتشرة في المدينة، حسب قول الدائرة الصحية المختصة. وليس من المستغرب أن تتجه أصابع الاتهام إلى هذا المطعم بالذات، فمالكه والطاقم الذي يعمل فيه، لا يلتزمون بقواعد النظافة وكثيرا ما نرى صراصير منتشرة في المكان.

٢. حالات تسمم في القدس

صرحت دائرة الصحة في القدس أمس أن عددا من المستشفيات في المدينة استقبلت مرضى يشتكون من أعراض تسمم. وأكدت الدائرة أن حالات المرضى ليست حرجة. وليس من المعروف حتى الآن سبب التسمم وما زالت عملية التقصي جارية.

* ما رأيك في خبر ١ وخبر ٢؟ ولماذا؟

ورقة عمل ٥

* تنص مدونة السلوك المهني الإعلامي على عدم نشر صور الضحايا بطريقة تؤثر على مشاعر ذويهم أو مشاعر المواطنين عامة.

* دعونا نفكر:

ما هي الحجج التي تؤيد نشر صور الضحايا بطريقة مؤثرة في فلسطين؟

ما هي الحجج التي لا تؤيد نشر صور الضحايا بطريقة مؤثرة في فلسطين؟

أخلاقيات العمل الصحفي للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يعرف الطلبة سبب وجود مدونة السلوك المهني الإعلامي ويفهمون أهم بنودها.

المهارة: أن يتمكن الطلبة من وضع مبادئ للعمل الصحفي تستند إلى مدونة سلوك في مدرستهم.

مواد ذات صلة: الفيسبوك والإنترنت، والتصوير

وحدة تعليمية ١: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	لعبة تحفيزية «تجربتي مع الإعلام». يجلس المتدربون في حلقة، ثم يقوم المدرب بسؤالهم عن تجاربهم مع الإعلام، مثلا: هل سبق لك أن تعرفت على شيء لم تكن تعرفه عن فلسطين من وسائل الإعلام؟ هل أحسست يوما بالملل من برنامج تلفزيوني محلي؟ هل سبق لك وأن استمتعت ببرنامج حواري في التلفزيون؟ الشخص الذي يشارك هذه التجربة يقفز عاليا ويصفق، ثم يستلم هو طرح الأمثلة. وهكذا... في نهاية اللعبة يلخص المدرب مهام الإعلام: تقديم معلومات، التسلية، التثقيف، نشر وعي، إيصال صوت من لا صوت له.	يعكس هذا التمرين تجربة الطلبة الشخصية مع الإعلام ويحفزهم على التفكير بمهام الإعلام المختلفة وأهدافها.	لعبة	لوح أقلام ملونة	اقتراح: يمكن تعميق معرفة المتدرب بإعطاء ورقة العمل (١) في صفحة (٣٤) كوظيفة بيتية.
١٥ د	يشرح المدرب مثال داليا ويربطه باللعبة التحفيزية منوها إلى أن المهام التي تم نقاشها في نهاية اللعبة السابقة تطبق حسب مبادئ معينة. ثم يسأل المدرب المشاركين الآتي: ما هي مدونة السلوك حسب معرفتكم؟ وما الفائدة منها؟ وهل هناك مدونة سلوك في مهن أخرى؟		شرح ونقاش		

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	يقسم المدرب المشاركين إلى مجموعات ويوزع عليهم أوراق العمل (٥،٤،٣،٢،١) من صفحة (٣٤- ٣٨). تعمل كل مجموعة على حل إحدى الأوراق.	يفهم الطلبة معنى مبادئ العمل الصحفي وأهميتها.	مجموعات عمل	نسخ أوراق العمل	يمكن إضافة مبادئ أخرى يراها المدرب مهمة مذكورة في مدونة السلوك المهني الإعلامي على موقع نقابة الصحفيين الفلسطينيين.

وحدة تعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٤٠ د	تقوم كل مجموعة عمل بعرض النتائج التي توصلت إليها، ثم يبدأ النقاش.	يفهم الطلبة مبادئ «مدونة السلوك المهني الإعلامي».	نقاش		

وحدة تعليمية ٣: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٤٠ د	يشرح المدرب مثال داليا في الصفحة (٣٢) وعزمها على إعداد مبادئ لمجلة الحائط والإذاعة الصباحية. يمكن إنشاء مجموعات عمل، لتقوم كل مجموعة بوضع مبادئ، ثم تقوم بعرضها. أو يكلف المدرب الطلبة بإعداد المبادئ كواجب منزلي، ثم يناقشها في الحصة القادمة.	يستطيع الطلبة وضع مبادئ لعملهم الإعلامي في المدرسة	عمل مجموعات		

المراجع:

موقع نقابة الصحفيين الفلسطينيين http://www.pjs.ps
موقع مدونة السلوك المهني الإعلامي http://www.pjs.ps/ar/pjs٢/code-of-Conduct

أخلاقيات العمل الصحفي/ مادة إثرائية

يقوم الصحفيون بعملهم على أسس واضحة مبنية على أخلاقيات، تسمى أخلاقيات العمل الصحفي، أو مدونة السلوك المهني الإعلامي.

ما هي أخلاقيات العمل الصحفي؟

يتحمل الصحفيون مسؤولية دقة ما يقدمون؛ لذلك عليهم أن يقوموا بالبحث والرجوع إلى مصادر مختلفة للتحقق من روايتهم للحدث الذي يغطونه. وعليهم أن يتحلوا بالموضوعية حيال الأحداث، وهي تتمثل بنقل المعلومات بأكبر قدر من الحياد.

ومن المهم أن يعلم قراؤهم بمصدر معلوماتهم، عبر إرجاعها لمصادر محددة أو شهود عيان، لما يلعبه ذلك من دور أساس في تعزيز شفافية ما يقدمونه للمتلقين ومصداقيتهم، ويترك مساحة للجمهور لتكوين رأي خاص به.

وعلى الصحفي المهني أيضا أن يسعى إلى تغطية الأخبار بطريقة واضحة، ليتمكن الجمهور من الاطلاع عليها وفهمها.

ومن أهم مواد قانون المطبوعات والنشر الفلسطيني لعام ١٩٩٥، حسب موقع مدى «المركز الفلسطيني للتنمية وحريات الإعلام»:

المادة (٤) للقانون، تشمل حرية الصحافة ما يلي:

١. إطلاع المواطن على الوقائع والأفكار والاتجاهات والمعلومات على المستوى المحلي والعربي والإسلامي والدولي.
٢. إفساح المجال للمواطنين لنشر آرائهم.
٣. البحث عن المعلومات والأخبار والإحصائيات التي تهم المواطنين من مصادرها المختلفة، وتحليلها وتداولها ونشرها، والتعليق عليها في حدود القانون.
٤. حق المطبوعة الصحفية ووكالة الأنباء والمحرر والصحفي في إبقاء مصادر المعلومات أو الأخبار سرية إلا إذا قررت المحكمة غير ذلك أثناء النظر بالدعاوى الجزائية حماية لأمن الدولة، أو لمنع الجريمة، أو تحقيقا للعدالة.
٥. حق المواطنين والأحزاب السياسية والمؤسسات الثقافية والاجتماعية والنقابات في التعبير عن الرأي والفكر والإنجاز في مجالات نشاطاتها المختلفة من خلال المطبوعات.

وأما عن أخلاقيات المهنة فتنص المادة (٨) أنه على الصحفي، وعلى كل من يعمل في الصحافة، التقيد التام بأخلاق المهنة وآدابها بما في ذلك ما يلي:

١. احترام حقوق الأفراد وحرياتهم الدستورية وعدم المساس بالحياة الخاصة.
٢. تقديم المادة الصحفية بصورة موضوعية ومتكاملة ومتوازنة.
٣. توخي الدقة والنزاهة والموضوعية في التعليق على الأخبار والأحداث.
٤. الامتناع عن نشر كل ما من شأنه أن يذكي العنف والتعصب والبغضاء أو يدعو إلى العنصرية والطائفية.
٥. عدم استغلال المادة الصحفية للترويج لمنتوج تجاري أو الانتقاص من قيمته.

وفيما يخص حقوق المواطنين التي يكفلها القانون كذلك، فالمادة (٢٥) تنص على أنه: إذا نشرت المطبوعة الصحفية خبرا غير صحيح، أو مقالا يتضمن معلومات غير صحيحة، فيحق للشخص الذي يتعلق به الخبر أو المقال الرد على الخبر أو المقال أو المطالبة بتصحيحه، وعلى رئيس التحرير المسؤول نشر الرد أو التصحيح مجانا في العدد الذي يلي تاريخ ورود الرد على الخبر.

والمادة (٢٦): إذا نشرت المطبوعة الصحفية خبرا غير صحيح، أو مقالا يتضمن معلومات غير صحيحة تتعلق بالمصلحة العامة، فعلى رئيس التحرير المسؤول أن ينشر مجانا الرد أو التصحيح الخطي الذي يرده من الجهة المعنية، وفي العدد الذي يلي تاريخ ورود الخبر أو المقال، وفي المكان والحروف نفسها التي ظهر فيها وبها الخبر، أو المقال في المطبوعة الصحفية.

* وللمزيد حول قانون المطبوعات الفلسطيني لعام 1995، زوروا موقع مدى «المركز الفلسطيني للتنمية وحريات الإعلام»:
http://www.madacenter.org/media.php?lang=2&id=372&category_id=9

الملكية الفكرية

لا يزال قانون حق المؤلف البريطاني ١٩٢٤ نظريا هو القانون الساري في فلسطين إلى أن يتم استبداله بقانون فلسطيني.

وقد قامت وزارة الثقافة الفلسطينية؛ بوصفها الجهة المختصة بإدارة حقوق المؤلف، بعدة محاولات لوضع قانون جديد يتوافق مع الاتفاقيات الدولية المتعلقة بقانون حقوق المؤلف والحقوق المجاورة منذ اللحظة الأولى لقيام السلطة الوطنية الفلسطينية عام ١٩٩٤. ومن ذلك إعداد مشروع قانون عام ١٩٩٦ يستند إلى القوانين المعمول بها في الدول العربية، وتم عرضه حينها على المجلس التشريعي الفلسطيني، حيث ناقشته اللجان القانونية التابعة للمجلس. ولكن للأسف لم يتم اعتماده أو المصادقة عليه حينها.

ولدى وزارة الثقافة وحدة خاصة بحماية حقوق المؤلف تم إنشاؤها رسميا في الأول من أيلول عام ١٩٩٨ حيث تم إلحاقها بالإدارة العامة للتنمية.

وقد جرت محاولة أخرى لصياغة قانون حديث عام ٢٠٠٠، وتم تقديمه للمجلس التشريعي، وناقشته اللجان المختصة، ثم توقف عند هذا الحد. ثم جرى تحديث مشروع القانون عام ٢٠٠٦ بالتعاون مع مكتب اليونسكو في رام الله، ولكن لم ينه المجلس التشريعي دراسته لتعطل عمله منذ ذلك التاريخ. ويتعذر الآن العمل به حتى لو أقره المجلس التشريعي؛ لأنه أصبح قديما، وهناك مستجدات كثيرة نشأت، وتغييرات وتحديثات تجري كل بضعة أشهر تقريبا في مجال الملكية الفكرية، مما يجعل القانون من ذكريات الماضي لا أكثر، ولا يواكب أو يلائم التطور التكنولوجي والقوانين المعمول بها.

ولا تزال فلسطين عضوا في اتفاقية بيرن ١٩٣٣ لحماية المصنفات الأدبية والفنية كتحصيل حاصل خلال مرحلة الانتداب البريطاني، وهي كذلك عضو في الاتفاقية العربية لحماية حقوق المؤلف منذ عام ١٩٨١. وكذلك عضو في منظمة الأليكسو، وتشارك في الأنشطة المتعلقة بحقوق المؤلف التي تعقدها هذه المنظمة.

وتعتبر فلسطين عضوا مراقبا في المنظمة العالمية للملكية الفكرية WIPO (وايبو) ، وبشكل عملي منذ عام ١٩٩٨، بدليل مشاركتها في أعمال المنظمة ولقاءاتها، ومؤتمراتها. إلا أنها لم تسجل رسميا كعضو في تلك الفترة، حيث أصبحت فلسطين عضوا مراقبا مسجلا رسميا في منظمة الملكية الفكرية عام ٢٠٠٥.

البحث الصحفي



البحث الصحفي للطلبة

قرأ أحمد في صفحته على الفيسبوك أن وزارة التربية والتعليم ستمدد العطلة الصيفية شهرا إضافيا. فرح أحمد كثيرا، ونقل لأخته هذا الخبر السار، فنصحته أن يتأكد من صحة هذه المعلومات. عندها اتصل بمدير مدرسته الذي نفى الخبر. وهنا رغب أحمد في الحصول على معلومات أكثر عن الموضوع، فزار الموقع الرسمي لوزارة التربية والتعليم على الإنترنت، ليجد نفيا رسميا لخبر تمديد العطلة الصيفية.

لنكتشف لماذا قام أحمد بالبحث:

* للتأكد من صحة المعلومات.
* لجمع معلومات كافية حول الموضوع.
* للحصول على إجابات عن تساؤلاته.



إضـاءة

البحث: هو الخطوة الرئيسة في عملنا الصحفي، ابتداء من إيجاد الفكرة حتى كتابة الموضوع أو إجراء المقابلة.

سمعت داليا من أمها عن طرق طبيعية لعلاج الزكام تستخدم الليمون أو الزنجبيل، فاهتمت بهذا الموضوع، وسألت أمها عن جهة معينة، أو خبيرة يمكن أن تمدها بمعلومات أكثر، وربما تقبل بإجراء مقابلة معها. فاقترحت الأم الدكتورة الشابة علياء؛ من رام الله، المختصة في مجال العلاج الطبيعي.

بحثت داليا عن عنوان الدكتورة لتتأكد من المعلومات التي سمعتها عنها من أمها، ولتطرح عليها أسئلة إضافية حول العلاج الطبيعي للزكام.

أسئلة البحث:

دعونا نساعد داليا في جمع الأسئلة عن موضوع العلاج الطبيعي للزكام:

* أين نبحث؟

حصلت داليا على معلومات عن طرق الوقاية الطبيعية من الزكام من شخصين هما: أمها والدكتورة علياء. لنفكر ما هو مصدر المعلومات الأهم والأكثر ثقة؟ ولماذا؟



إضـاءة

مصدر البحث: هو الشخص، أو الجهة، أو المكان المناسب الذي نستعين به للحصول على المعلومات التي نحتاج إليها.

* كيف نبحث؟

نجحت داليا في إعداد بحثها، وجمعت كثيرا من المعلومات حول موضوع علاج الزكام بالطرق الطبيعية.

* خطوة بخطوة

دعونا نحدد خطوات البحث بالتسلسل:

١. نحدد الموضوع الذي يهمنا.
٢. نتساءل: ما الذي أريد أن أعرفه؟ نضع أسئلة البحث.
٣. نحدد الأسئلة الأكثر أهمية.
٤. نحدد مصادر حصولنا على هذه المعلومات.
٥. ننفذ البحث.
٦.نتساءل عن نوعية المعلومات التي حصلنا عليها. هل هي جيدة؟
٧. نتساءل: هل المعلومات التي حصلنا عليها كافية؟
٨. وأخيرا إذا تمكنا من تنفيذ هذه الخطوات السابقة نكون قد حققنا هدفنا.

ورقة عمل (1)



* ماذا نسأل؟ من نسأل؟

مصدر البحث هو الشخص أو الجهة أو المكان المناسب الذي نستعين به للحصول على المعلومات التي نحتاج إليها.

لنحضر مادة لمجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية عن مشكلة الازدحام المروري كل يوم صباحا في شوارع رام الله.

في البداية دعونا نطرح أسئلة عن مشكلة الازدحام المروري. لنكتب الأسئلة التي نراها مهمة هنا:

* دعونا نفكر بمصادر؛ أي الأشخاص أو الجهات التي يمكنها أن تجيبنا عن هذه الأسئلة. ودعونا نفكر لماذا نقترح هذا الشخص أو هذه الجهة بالذات:

السؤال	المصدر	لماذا؟

ورقة عمل (٢): تمرين وتنفيذ خطوات البحث

لنحضر مادة لمجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية عن تاريخ مدرستنا. ما الذي نريد أن نعرفه عنها؟

دعونا نصغ أسئلة البحث ونكتبها هنا:

ما الأسئلة الأكثر أهمية؟ وما المصادر المناسبة للإجابة عنها؟ لنتذكر أن المصدر يمكن أن يكون خبيرا أو كتابا أو وثيقة أو فيلما مثلا.

السؤال	المصدر	لماذا اخترنا هذا المصدر؟ هل له مصداقية؟	كيف يمكننا الاتصال بالمصدر؟

لنبدأ بالبحث الآن. يمكننا ترتيب موعد مع المصدر، أو الذهاب إلى المكتبة لجمع الإجابات عن أسئلتنا.

لقد جمعنا معلومات كثيرة. ولكن قبل أن نبدأ بكتابة المادة، علينا أن نفكر:

ما نوعية المعلومات؟ هل المعلومات التي حصلنا عليها كافية؟

والآن فلنكتب المادة:

البحث الصحفي للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يعرف الطلبة ما هو البحث وما أهميته.

المهارة: أن يتمكن الطلبة من تطبيق خطوات البحث المختلفة: طرح الأسئلة، وتحديد مصادر، وتقييم نوعية المعلومات، وتقييم نوعية المصادر، وإنتاج محتوى إعلامي باتباع هذه الخطوات.

مواد ذات صلة: البحث خطوة أساس تسبق الفنون الصحفية الأخرى، أو تعد جزءا منها، في الخبر، والمقابلة، ومقال الرأي، والقصة المصورة، والتقرير، أو البحث في الإنترنت.

القدرة على البحث شرط أساس لتنمية الحس النقدي وتطويره لدى الطلبة.

الوحدة التعليمية ا: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	لعبة الكنز: يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات صغيرة يتكون كل منها من ثلاثة إلى خمسة طلبة، يتنافسون فيما بينهم على الإجابة عن الأسئلة التي يطرحها المدرب وجمع النقاط. الكنز: يخبئ المدرب الكنز أو الجائزة في مكان تشير إليه كلمة الحل التي تتألف من أحرف مختلفة تحصل عليها المجموعات خلال إيجاد إجابات الأسئلة التي يحضرها المدرب، ولها علاقة بموضوع البحث، أو بآليته، أو بمصادره المحلية. مثال: يعطي المعلم المعلومة التالية للطلبة، (النظافة من الإيمان)، فيحاول الطلبة الاستدلال على مكان الورقة من المعلومة، وهو (السلة)، يجد الطلبة الورقة في أسفل السلة التي تحتوي المعلومة (الأزرق فيها أكثر من البني) وهنا قد يكون المكان الخريطة المعلقة على الحائط.. وهكذا إلى أن يصلوا إلى المعلومة التي تدلهم على الجائزة.	ينشط الطلبة ويتحفزون. يفهم الطلبة ما هو المقصود بالبحث.	لعبة تحفيزية	تحضير أسئلة يتنافس المتدربون على حلها. تحضير كنز أو جائزة يحصل عليها الفريق الفائز	يضع المدرب أسئلة تناسب مستوى الطلبة. يجب أن تكون للأسئلة علاقة بعملية البحث أو بمصادر محلية وليست أسئلة عشوائية. مثال للأسئلة التي يطرحها المدرب: - من الشخص الذي يستطيع أن يعطيني معلومات أكيدة عن عدد سكان مدينتي؟ الحرف الثاني من صفة الشخص هو الحرف الأول من كلمة الحل. أو - إلى أي مكان أذهب للاطلاع على صور قديمة لمدينة القدس؟
١٠ د	يشرح المدرب مثال أحمد في صفحة (٤٤).	يربط الطلبة البحث بواقعهم. يعرف الطلبة ما هو البحث.	**شرح** يمكن للمدرب أن يجمع ملاحظات الطلبة على شكل عصف ذهني، قبل طرح تعريف البحث.		يمكن تغيير المثال حسب اهتمامات الطلبة أو أحداث آنية تهمهم.

١٠د	يشرح المدرب مثال داليا، ويطلب من الطلبة التفكير بأسئلة تهدف إلى إلمام أكبر بموضوع العلاج الطبيعي للزكام. يقوم المدرب بتدوين الأسئلة على اللوح أو يطلب من الطلبة القيام بذلك.	يكتسب الطلبة مهارة طرح الأسئلة التي تعد شرطا أساسا للبدء بعملية البحث.	مناقشة		يمكن تقسيم الطلبة إلى مجموعتين. والمجموعة التي تتمكن من طرح عدد أكبر من الأسئلة هي الفائزة. من المفيد هنا التعمق أكثر في طريقة التعامل مع المصادر وكيفية الحكم عليها ومعايير الحكم، انظر المعلومات والتمارين المكملة في نهاية هذه الفقرة.
٥ د	شرح الواجب المنزلي ورقة عمل (١) في الصفحة (٤٥).	يفهم الطلبة كيفية تحديد المصادر وتقييمها. يستطيع الطلبة أن يصوغوا أسئلة.		نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٤٥)	يمكن أن يغير المدرب المثال المقترح في ورقة العمل حسب مستوى الطلبة واهتماماتهم. ويمكن أن يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات عمل ليعملوا في فريق.

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
10 د	لعبة حقيقة أم خيال: يكتب الطلبة بعض الحقائق ومعلومة غير حقيقية واحدة عن أنفسهم على ورقة. ثم يقوم أحدهم بتقديم المعلومات لباقي المجموعة التي عليها اكتشاف أي المعلومات خاطئة. وفي النهاية يدعى الطلبة للتفكير بطريقة تمكنهم من التمييز بين الحقيقة والكذب.	يكتشف الطلبة أن المعلومات التي تقدمها المصادر ليست بالضرورة انعكاسا للحقائق.	لعبة تنشيطية		يمكن اختيار ألعاب أخرى مقترحة في الأسفل.
15 د	عرض الواجب المنزلي: ورقة عمل (١) في الصفحة (٤٥)	يفهم الطلبة كيفية تحديد المصادر وتقييمها. يستطيع الطلبة أن يصوغوا أسئلة.	مناقشة		
	اقتراح: يمكن دعوة شخص إلى الصف، هو المصدر الذي يجيب عن أسئلة الطلبة ذات العلاقة بموضوع يتناولونه، على أن يكونوا قد قاموا بتحضير الأسئلة مسبقا.	يتمرن الطلبة على مهارة التفكير بأسئلة، وطرحها ثم تقييمها.			
10 د	يشرح المدرب معايير نوعية المعلومات.	يعرف الطلبة كيفية تقييم المصدر والمعلومات التي يقدمها.	شرح مناقشة		
5 د	شرح واجب منزلي، اختيار موضوع ثم اتباع البحث «خطوة بخطوة».	يستطيع الطلبة إجراء بحث.	شرح	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٤٦)	يمكن اختيار موضوع واحد لكل الصف، كما يجوز لكل مجموعة عمل أن تختار موضوعا يهمها.

البحث في الإنترنت

Google

البحث في الإنترنت للطلبة

تقوم داليا بتحضير وظيفة منزلية لمادة العلوم، فقد طلب منها المعلم أن تعد محاضرة عن الفوائد الصحية لعشبة «لويزا» التي تنتشر في فلسطين. وقد قررت داليا أن تبحث عن المعلومات التي تحتاج إليها عبر الإنترنت، وهي تعلم أن الشبكة مليئة بالمعلومات، وكميات كبيرة من الصور والمجلات، والكتب القديمة والحديثة، والموسيقى، والفيديوهات، ولكنها ليست مرتبة، حيث تشبهها داليا بمكتبة ضخمة تتبعثر محتوياتها في غرف مختلفة.

ولكن داليا تعلم أنه لحسن الحظ هناك محركات بحث ستساعدها في إيجاد المعلومات التي تحتاج إليها.



إضاءة

محركات البحث: هي أنظمة للوصول للمعلومات، مصممة للمساعدة على البحث عن المعلومات المخزنة على أي نظام حاسوب. ولكن علينا أن نعرف أن محركات البحث لا تبحث في كل الشبكة، بل في أجزاء منها فقط. وهناك العديد من محركات البحث أهمها غوغل.

* خطوات البحث في الإنترنت:

قبل أن تذهب داليا إلى المكتبة العامة حيث يمكنها أن تستخدم الحاسوب فيها للدخول إلى الإنترنت مجانا، تجري بعض الخطوات التحضيرية.

* الخطوة الأولى: تحديد المعلومات

تفكر داليا: ما هي المعلومات التي أريدها؟

وتحدد المعلومات التي ستبحث عنها، وتدونها في دفترها:

ما اللويزا؟ وما شكلها؟ وأين تنمو في فلسطين؟ ومتى؟ وكيف أحصل عليها؟ وما تأثيرها على صحة الإنسان؟

* الخطوة الثانية: تحديد كلمات البحث

الآن يمكن لداليا أن تدخل إلى الإنترنت، وتفتح المتصفح، وتدخل عنوان محرك البحث غوغل، وهو: google.com.

تفكر داليا: إذا أدخلت كلمة لويزا فقط، فربما أحصل على نتائج بحث كثيرة جدا، ولن أحصل على معلومات عن النبتة فقط، بل يمكن أن أجد معلومات عن نساء يحملن هذا الاسم، أو ربما هنالك مواقع جغرافية وقرى اسمها لويزا.

ما الحل إذن؟

الحل هو تحديد البحث. وهذا ما تفعله داليا:

تضع داليا في الخانة المخصصة للبحث على موقع غوغل العبارات التالية: عشبة، اللويزا، الصحة.

* الخطوة الثالثة: تقييم نتائج البحث.

تفرح داليا بنتائج البحث التي تحصل عليها، ولكنها تعرف أن محرك البحث لا يضمن صحة المعلومات التي يقدمها. فما العمل إذن؟

* قدم المدرب لداليا بعض النصائح التي تساعدها في تقييم الصفحات والمواقع المختلفة التي يقدمها لها غوغل، ومنها:

١. هل هذا الموقع أو هذه الصفحة موثوق بها؟ هل تشرف عليها جهة خبيرة بالموضوع؟

٢. من الجهة المسؤولة عن الموقع؟ وغالبا ما تقدم «من نحن» تعريفا بها.

٣. هل يهتم الموقع أو الصفحة بالدعاية والإعلان؟ حيث على داليا أن تستبعد المواقع الدعائية والتجارية، فهي تهدف إلى ترويج بضائع وليس إلى نشر معلومات.

٤. هل يتضمن الموقع أو الصفحة حقائق علمية ثابتة أم آراء؟ فداليا تحتاج للحقائق فقط.

*** تفحص داليا النتائج التي يعرضها محرك البحث غوغل، وتدخل إلى بعض الصفحات وتقرأها، وتطبق إرشادات مدربها.**

الخطوة الرابعة: جمع المعلومات

تسجل داليا المعلومات التي تفيدها في الإجابة عن الأسئلة التي وضعتها في الخطوة الأولى، وتتأكد من أنها حصلت على كل الإجابات، ولا تنسى أن تسجل المصدر أيضا، أي الموقع أو الصفحة اللذين يقدمان هذه المعلومات، لتتمكن من الرجوع إليهما عند الحاجة، وتذكره في محاضرتها عن عشبة اللويزا في مادة العلوم.




إضاءة

كلنا سمعنا عن «ويكيبيديا»، أو سبق لنا أن استعملناه. فهل موقع «ويكيبيديا» مصدر موثوق به أم لا؟

ويكيبيديا معجم ضخم في الإنترنت، ويتوفر بلغات مختلفة، من بينها اللغة العربية، ويشارك في كتابة المعلومات فيه آلاف الأشخاص.

ولكن الموقع لا يضمن صحة المعلومات التي يوفرها، فهناك الكثير من المعلومات الصحيحة، ولكن هناك أيضا بعض المعلومات الخاطئة. لذلك يمكننا استعمال هذا المعجم، ولكن بحذر، وعلينا أن نتحقق من المعلومات، ونراجع مصادر أخرى غير التي يذكرها ويكيبيديا للتأكد منها.

اختبر نفسك

١. «غوغل» اسم معجم كبير جدا، يجمع أكبر كمية من المعلومات في العالم. هل هذا صحيح أم لا؟ ولماذا؟

٢. ليس من المهم أن أحدد الموضوع الذي أبحث عنه في الإنترنت، فآلة البحث ستقوم بالمهمة من تلقاء نفسها. هل هذا صحيح أم لا؟ ولماذا؟

٣. أبحث عن تأثير تناول كميات كبيرة من رقائق البطاطا على صحة الأطفال. ما كلمات البحث التي علي أن أدخلها في خانة البحث؟

ورقة عمل (أ)

دعونا نفكر في موضوع نود جمع معلومات عنه في الإنترنت، ونكتبه في الفراغ التالي:

الخطوة الأولى

تحديد المعلومات: لنفكر بالمعلومات التي نود أن نبحث عنها بالتحديد. وفيما يلي الأسئلة التي ستساعدنا على تحديد المعلومات: ماذا؟ أين؟ كيف؟ من؟ متى؟ لماذا؟

الخطوة الثانية

تحديد كلمات البحث: لنفتح المتصفح ثم ندخل عنوان محرك البحث غوغل: www.google.com ولنفكر بالكلمات التي نود أن ندخلها في خانة البحث.

الخطوة الثالثة

تقييم نتائج البحث ونوعية المصادر: لنفحص النتائج التي يعرضها محرك البحث، ولنضغط على رابط النتيجة الأولى التي يقدمها. ودعونا نلق نظرة على الموقع، لنجيب على الأسئلة التالية:

* هل هذا الموقع أو هذه الصفحة ثقة؟ وهل تشرف عليه/ا جهة خبيرة بالموضوع؟
* ما الجهة المسؤولة عن الموقع؟ لنر «من نحن».
* هل ينشر الموقع أو الصفحة الدعاية؟ يجب أن نستبعد المواقع الدعائية والتجارية؛ فهي تهدف إلى ترويج البضائع، وليس إلى نشر معلومات.
* هل يتضمن الموقع أو الصفحة حقائق أم آراء؟ نحن بحاجة للحقائق فقط.

توصلنا الإجابة عن الأسئلة السابقة إلى الثقة بالموقع أو إلى عدم الثقة به؛ فإذا قررنا أنه موثوق به، يمكننا الأخذ بالمعلومات التي يقدمها.

الخطوة الرابعة

جمع المعلومات: نسجل المعلومات التي تقدمها لنا نتائج البحث المختلفة، بعد التأكد من مصداقية المواقع التي تنشرها؛ فهي تفيدنا في الإجابة عن الأسئلة التي سجلناها في الخطوة الأولى. وعلينا ألا ننسى أن نسجل المصدر أيضا؛ أي الموقع أو الصفحة اللذين يقدمان هذه المعلومات، لنتمكن من الرجوع إليه عند الحاجة.

ورقة عمل (٢)

معايير الحكم على نوعية المعلومات:

* هل تجيب المعلومة عن سؤال: ماذا حصل ولمن؟
* هل تجيب المعلومة عن سؤال: لماذا حصل أمر ما؟
* هل تجيب المعلومة عن سؤال: أين حصل ذلك ومتى؟
* هل تجيب المعلومة عن سؤال: ماذا ستكون عاقبة الحدث؟
* هل المعلومة مصوغة بلغة بسيطة ومفهومة؟
* هل تصف المعلومة الحدث بدقة؟
* هل تتطرق المعلومة إلى أمر يتعلق بي وبحياتي؟
* هل تذكر المعلومة مصادر موثوقة؟
* هل تقوم المعلومة بدعاية لطرف ما؟
* هل تهدف المعلومة إلى التأثير على رأي؟
* هل تعرض المعلومة آراء مختلفة؟
* هل تتضمن المعلومة أحكاما مسبقة تجاه شخص أو فئة ما؟

البحث في الإنترنت للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يتعرف الطلبة على محركات البحث ويستخدموها.

المهارة: تكوين مهارة البحث في الإنترنت، ومهارة التحقق من نتائج البحث، ومهارة الحكم على نوعية المصادر والمعلومات في الإنترنت.

مواد ذات صلة: مادة الإنترنت، المدخل إلى الإنترنت (الموجهة للمدربين)

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	تمرين تمهيدي وتنشيطي: «عملية البحث الطائرة» يطلب المدرب من الطلبة صناعة طائرات ورقية ثم كتابة موضوع عليها سبق وأن جمع كل منهم معلومات عنه عبر الإنترنت. بعد انتهاء عملية التدوين، يطلق الطلبة طائراتهم الورقية في الصف ويلتقط كل منهم طائرة ورقية ليست له، ثم يقدم معلومات عن الموضوع المكتوب على الورقة. ثم يعطي المدرب الإشارة بإطلاق الطائرات مرة أخرى. بعد ذلك يطلب المدرب من كل طالب التقاط طائرة وقراءة الموضوع والنتيجة الأولى، ثم تقديم معلومات إضافية عن هذا الموضوع. بعد الانتهاء من القراءة، يدخل المدرب مع الطلبة في مناقشة (مرحلة التفكير).	ينشط الطلبة ويجدون مدخلا إلى الموضوع. يفكرون في تجربتهم في البحث في الإنترنت وفي نتائج البحث والمصادر في الإنترنت ونوعيتها.	تمرين عملي تنشيطي له علاقة بالموضوع، يدفع الطلبة إلى الحركة.	أقلام، ورق.	يصلح هذا التمرين للمبتدئين
١٥ د	مسابقة: يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات ويوزع عليهم السؤال الأول من الأسئلة المقترحة في الصفحة (٥٥). تجيب المجموعات عن السؤال الأول ويحدد المدرب من أصاب ويسجل نقطة لهذا الفريق. ثم ينتقل إلى السؤال الثاني في نفس الصفحة. بعد الانتهاء من المسابقة، يدخل المدرب مع الطلبة في مناقشة (مرحلة التفكير).	يتنشط الطلبة ويجدون مدخلا إلى الموضوع. يبذل الطلبة جهدا من أجل إيجاد الجواب المناسب ويفكرون في طريقة استخدامهم لمحركات البحث.	تمرين عملي تنشيطي له علاقة بالموضوع يثير حماس الطلبة بسبب المنافسة بين المجموعات.		تحضير الأسئلة حسب مستوى الطلبة. هناك أسئلة مقترحة في أسفل الجدول. يصلح هذا التمرين للمتقدمين.

١٥ د	تمرين «طائرة البحث»: يدخل المدرب مع الطلبة في مناقشة يطرح عليهم فيها الأسئلة التالية: • هل سبق لك أن استعملت محرك بحث؟ ما محرك البحث الذي استعملته؟ ولماذا؟ • ما هي محركات البحث التي تعرفها؟ • كل طالب يقدم معلومات عن الموضوع المكتوب على الطائرة الورقية. • هل هذه المعلومات صحيحة؟ هل يضمن محرك البحث صحتها؟	يفكر الطلبة في طريقة استخدامهم للإنترنت ومحركات البحث، ومدى وعيهم لنتائج الأبحاث التي تقدمها. ينمي التفكير مهارة التحليل عند استخدام الطالب لمحركات البحث وطريقة تناول نتائجها.	مناقشة بين المدرب والطلبة. يكتب المدرب على اللوح الورقي كلمات أو عبارات أو جملا محورية تطرح أثناء المناقشة.	اللوح الورقي	تمكن إضافة أسئلة أخرى أو حذف بعضها التي يراها المدرب ضرورية/غير ضرورية أو مناسبة. الطائرة بمثابة محرك البحث وفضاء الصف هو الإنترنت والطلبة هم الباحثون في الإنترنت والمصادر.
١٣ د	يربط المدرب بين تجربة الطلبة ومثال داليا الذي يحتوي على توضيحات تتعلق بالمعلومات في الإنترنت ومحركات البحث.	يكون الطلبة معرفة عن البحث في الإنترنت.	شرح		يمكن أن يستبدل المدرب مثال عشبة «لويزا» بمثال آخر.
٢ د	يكلف المدرب الطلبة بإيجاد موضوع يهمهم ويريدون أن يجمعوا عنه معلومات من الإنترنت. يجب أن يكون هذا الموضوع من بيئتهم المحيطة أو يفيدهم في المواد الدراسية.	يفكر الطلبة بموضوع من بيئتهم الخاصة أو يفيدهم في المدرسة.			واجب بيتي

أسئلة مقترحة:

* نتائج البحث التي يقدمها محرك البحث غوغل صحيحة دائما، ولكن النتائج التي يقدمها محرك البحث ياهو ليست صحيحة دائما. هل هذا صحيح أم لا؟

الجواب: هذا غير صحيح؛ فمحركات البحث جميعها لا تضمن صحة المعلومات التي تقدمها في نتائج بحثها.

* ما السن القانونية التي يضعها غوغل شرطا لاستخدام خدماته؟

الجواب: لا توجد سن قانونية لاستخدام غوغل، ويمكن لكل إنسان أن يستخدم غوغل أو أي محرك آخر.

* من الذي يمنحنا تصريح استعمال غوغل؟

الجواب: لا أحد يعطي تصريحا لاستخدام غوغل؛ فهذا المحرك متاح للجميع.

* ما الفرق بين غوغل وغوغل كروم؟

الجواب: غوغل محرك بحث، وغوغل كروم متصفح طورته شركة غوغل.

* غوغل منظمة خيرية لا تسعى للربح. هل هذا صحيح أم لا؟

الجواب: لا، غوغل شركة ربحية خاصة.

* ما الكلمات التي يمنع البحث عنها في غوغل؟

الجواب: لا توجد كلمات ممنوعة من البحث في غوغل، كل شيء مسموح به.

* طريقة كتابة الكلمات التي تدخلها في غوغل ليست مهمة. هل هذا صحيح أم لا؟

الجواب: لا، طريقة كتابة الكلمات مهمة، ولا يجوز ارتكاب أخطاء إملائية.

الوحدة ٢: ٤٠ دقيقة

الهدف: أن يعرف الطلبة خطوات البحث في الإنترنت ومهارة تطبيقها.

أن يكتسبوا مهارة الحكم على نوعية المصادر.

* لإنجاز هذه الوحدة يجب توفر الإنترنت وأجهزة حاسوب أو هواتف ذكية متصلة بالإنترنت.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع/الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	مثال داليا: شرح خطوات البحث كما تقوم بها داليا.	يكون الطلبة معرفة بخطوات البحث الضرورية في الإنترنت	شرح	يمكن اختيار مثال مختلف قد يراه المدرب مناسبا
٢٥ د	يتبع الطلبة الخطوات الواردة في ورقة عمل (١) في الصفحة (٥٢). ويستعملون الموضوع الذي حضروه كواجب مدرسي.	يكتسب الطلبة مهارة البحث في الإنترنت.	تمرين عملي عبر استخدام ورقة عمل (١) في الصفحة (٥٢). نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٥٢) وتوزيعها على المشتركين	يمكن للطلبة إنجاز هذه المهمة فرادى أو كمجموعات عمل.

الوحدة ٣: ٤٠ دقيقة

الهدف: حث المشتركين على التفكير في مصادر معلوماتهم من الإنترنت، وتكوين مهارة الحكم على نوعية المعلومات في الشبكة، ودعم مهارة التمييز بين المعلومات والدعاية.

لإنجاز هذه الوحدة يجب توفر الإنترنت وأجهزة حاسوب أو هواتف ذكية متصلة بالإنترنت.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع/الأدوات اللازمة	ملاحظات
٤٠ د	هذا الجزء دون إنترنت: يطلب المدرب من الطلبة التفكير بحدث راهن يهمهم، ثم يسألهم عن المصادر أو الجهات التي يلجأون إليها عادة في الإنترنت للتزود بمعلومات عن هذا الحدث. يدون المدرب المصادر وعدد الطلبة الذين يستمدون معلوماتهم من هذا المصدر أو من جهة معينة. هنا يبدأ العمل مع الإنترنت: ثم يدعو الطلبة إلى الدخول إلى الإنترنت وفتح المصدر الذي اختاروه، والتفكير في الأسئلة التالية: من يقف وراء هذا المصدر؟ هل هذه الوسيلة الإعلامية خاصة أم حكومية؟ ما نوع هذه الوسيلة الإعلامية؟ هل هي إخبارية أم تجارية تروج لمنتجات معينة أم تمثل منظمة معينة أم منتدى يجمع آراء القراء وينشرها؟ هنا يستطيع المدرب التطرق إلى موسوعة ويكيبيديا وشرحها. ثم يطلب المدرب من الطلبة الاطلاع على المعلومات التي يقدمها مصدرهم عن الحدث ثم الإجابة على الأسئلة الموجودة في ورقة العمل.	حث الطلبة على التفكير في مصادر معلوماتهم من الإنترنت. تكوين مهارة الحكم على نوعية المعلومات التي تقدمها مصادر الإنترنت. دعم مهارة التمييز بين المعلومات والدعاية.	• مناقشة جماعية • لوح ورقي • إنترنت وحواسيب • توزيع ورقة عمل (٢) في الصفحة (٥٣) واستعمالها	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٥٣). يمكن إنجاز ورقة عمل (٢) في الصفحة (٥٣) كعمل فردي أو على شكل عمل مجموعات.

* ملاحظة:

محركات البحث غوغل وغيره، أو يوتيوب، لا تعتبر مصادر في ذاتها، ولكنها تقدم عددا كبيرا من المصادر المختلفة، من مواقع إخبارية، ومنتديات، وفيسبوك، ومدونات، وصور، وموسيقى إلخ. وينسحب الأمر على يوتيوب الذي يقدم مصادر فيديو.

اختيار الموضوع



اختيار الموضوع للطلبة

في طريقها إلى المدرسة اشترت داليا من الدكان المحاذي لمنزلها صحيفة يومية فلسطينية للاطلاع على ما يحدث في فلسطين وفي مكان سكنها رام الله. جلست داليا في باحة المدرسة وفتحت الصحيفة. أثار انتباهها خبر عن فعاليات تقوم بها المكتبة العامة في مدينة رام الله لتعريف الشباب في سنها باستعمال الحاسوب. «هذا خبر يهمني»، فكرت داليا، «لطالما كنت أريد أن أطور معرفتي بالحاسوب».

سنجد في الصحيفة شيئا يهم كل فرد. فهناك موضوع مهم لشخص ما، لا يقرأه شخص آخر.

مثال: اهتمت داليا بموضوع فعالية المكتبة العامة لأنها تريد تطوير مهاراتها في استعمال الحاسوب، ولأن الفعالية موجهة إلى فئتها العمرية. ولكن الطالب الجامعي الذي يتقن استعمال الحاسوب لن يهتم بهذا الموضوع في الصحيفة ولن يقرأه.

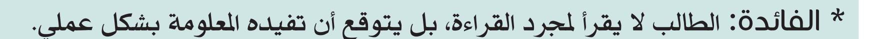


إضاءة

معايير اختيار الموضوع هي:


* الآنية: تذكر أن الموضوع الجديد الذي يجاري الأحداث يستحوذ أكثر على اهتمام الطالب.


* القرب الجغرافي: يهتم الطلبة أكثر بالمواضيع التي تخص مدارسهم وقراهم ومدنهم.


* الفائدة: الطالب لا يقرأ لمجرد القراءة، بل يتوقع أن تفيده المعلومة بشكل عملي.


* الغرابة والتشويق: ينجذب الطلبة للمواضيع التي تحمل صفة الغرابة والتشويق.



ذهبت داليا للقاء زميلاتها من المدرسة المشتركات في المجموعة الإعلامية للتخطيط للبرنامج القادم من الإذاعة الصباحية. أخذت معها الصحيفة التي اشترتها صباحا، وفكرت أنه ربما تساعدها في إيجاد مواضيع جديدة.

اقترحت داليا على زميلاتها تغطية نشاطات المكتبة العامة في مدينة رام الله، وأضافت قائلة إن موضوعا آخر في الصحيفة يتمحور حول ظاهرة الزواج المبكر في مدينة رام الله والمناطق المحيطة بها ربما يثير اهتمام مستمعينا أيضا: لماذا لا نقوم بتمرين الشجرة لتحديد زاوية هذا الموضوع؟

صورة شجرة مع أغصان: الجذع الرئيس هو الزواج المبكر، الفروع هي الزوايا: تأثير الزواج على الصحة ... إلخ

دعونا نرسم شجرة ونكتب داخل الجذع الموضوع الرئيس، أي الزواج المبكر الذي يثير اهتمامنا. ثم نرسم فروعا للجذع وهي الزوايا الخاصة بالزواج المبكر مثلا: التأثير على صحة الفتاة، التأثير على التحصيل العلمي للفتيات، علاقة الزواج المبكر بالعادات والتقاليد الفلسطينية، مقابلة مع امرأة فلسطينية تزوجت مبكرا لتخبرنا عن تجربتها الشخصية.

أنجزت داليا وزميلاتها من مجموعة التربية موضوعي نشاطات المكتبة العامة في رام الله والزواج المبكر، وركزن على زاوية تأثير الزواج المبكر على التحصيل العلمي للفتيات الفلسطينيات.



إضاءة

ليس من السهل دوما أن نستنبط موضوعا من حدث آني أو مناسبة متكررة، لذلك علينا أن نكون فضوليين، ونبحث باستمرار عن مواضيع جديدة، دون أن ننسى أن الناس هم أيضا مصدر يساعدنا في اختيار المواضيع.



إضاءة

يجب أن نكون فضوليين وعقولنا متيقظة لنلتقط الأفكار المناسبة والمواضيع التي نختارها، وهذا يستدعي أن نقوم بمجموعة من الخطوات؛ كالبحث، والمقارنة، والمساءلة، والمقابلة، وغيرها، لنتأكد من أن الموضوع الذي اخترناه شائق ومفيد وغير مكرر.

أين أبحث عن موضوعي؟

صحف ومجلات ووسائل إعلام محلية أخرى: دعونا نتابع قراءة الصحف والمجلات الصادرة في مدينتنا؛ فقد تقودنا تقارير ومقابلات تنشر فيها إلى أفكار جديدة نستنبط منها موضوعا له علاقة بمدرستنا أو قرائنا.

* أمثلة حول اختيار الموضوع:

مثال ١: نقرأ في الإنترنت مادة عن الأكل الصحي في المدرسة.

الموضوع: الأكل الصحي في مدرستنا.

مثال ٢: ارتفاع أسعار المأكولات في مقصف المدرسة.

الموضوع: مساءلة الجهات المعنية حول أسباب ارتفاع المأكولات في مقصف المدرسة.

مثال ٣: نلاحظ منذ أسابيع أن الصنابير في حمام المدرسة تسرب ماء وتحتاج لصيانة.

الموضوع: تسليط الضوء على مشكلة هدر الماء في المدرسة.

مثال ٤: إحدى زميلاتي تبكي بسبب عدم إشراك المعلمة لها كباقي زميلاتها.

الموضوع: تمييز المعلمين بين الطلبة.

* اختبر نفسك

١. ما هي المعايير التي يجب أن آخذها في عين الاعتبار عندما أقوم باختيار موضوع لمجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية؟

٢. إعصار ضرب البارحة جزيرة فولكلاند في جنوب أمريكا. هذا موضوع مناسب لمجلة الحائط والإذاعة المدرسية في مدرستك. هل توافق على ذلك أم لا؟ ولماذا؟

ورقة عمل (أ)

أتناول صحيفة يومية وأبحث فيها عن مواضيع تهم الأشخاص التالي ذكرهم. سأتذكر عنوان الموضوع الذي سأختاره، ورقم الصفحة التي ورد فيها، ثم ألخص الموضوع، وأفكر لماذا اخترت هذا الشخص بالذات.

أنا

والدي أو والدتي

جاري أو جارتي

مدير مدرستي أو مديرتها

صديقي/ صديقتي في نفس عمري

* هذه المادة مستوحاة من دليل «صحف قيد التعليم»/ رابطة الصحف العالمية

ورقة عمل (٢)

أفكر بموضوع يلبي المعايير الضرورية للاختيار، ثم أنفذ تمرين الشجرة الذي قامت به داليا، فأتعرف على زوايا الموضوع المختلفة. سأختار مناسبة من المناسبات الوطنية أو الدينية أو الاجتماعية السنوية.

ما الموضوع؟

أرسم شجرة هنا:

جميل جدا! سأختار الآن زاوية واحدة من بين كل هذه الزوايا.

ورقة عمل (٣)

أتأمل المواضيع التالية وأجيب عن الأسئلة المطروحة في الجدول:

الموضوع	هل الموضوع مناسب لتغطيته في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية؟ لماذا؟	أقترح زوايا محددة للموضوع المطروح
١. أعلنت مديرة مدرستي عن تنظيم ماراثون على مستوى مدارس محافظة غزة، الخميس المقبل.		
٢. تفشي مرض أنفلونزا الخنازير مؤخرا في مصر.		
٣. كشفت دراسة طبية أضرار إهمال وجبة الإفطار.		
٤. كريستيانو رونالدو يزور فلسطين.		
٥. يوافق يوم الأرض ٣٠ آذار.		
٦. اقتربت العطلة الصيفية.		
٧. لاحظ أحد الطلبة بأن علم المدرسة مهترئ.		

اختيار الموضوع للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يعرف الطلبة معايير اختيار المواضيع في وسائل الإعلام ويفهموها.

المهارة: أن يتمكن الطلبة من اختيار مواضيع قريبة منهم ومن بيئاتهم ليتناولوها في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية.

مواضيع ذات علاقة: هذه المادة أساسية وتمهد لكتابة أي موضوع في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية.

الوحدة التعليمية ا: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٥ د	يقف الطلبة في دائرة ويطلب المدرب من كل طالب أن يذكر حدثا لفت انتباهه اليوم صباحا ولماذا.	يتنشط الطلبة	لعبة تحفيزية تنشيطية		
١٥ د	يشرح المدرب مثال داليا في الصفحة (٥٨) والإضاءة، على أن يربط المدرب كل معيار من المعايير بمثال يقربه من الطلبة. ويجيب المدرب على أسئلة الطلبة إذا طرحوا استفسارات أو أرادوا المشاركة بآرائهم.	يعرف الطلبة معايير اختيار المواضيع في وسائل الإعلام.	شرح نقاش		
٢٠ د	يشرح المدرب ورقة عمل (١) في الصفحة (٦٠). ويوزعها على الطلبة.	يفهم الطالب معايير اختيار المواضيع في وسائل الإعلام	تمرين عملي	صحف فلسطينية نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٦٠).	يمكن أن ينفذ المدرب هذا النشاط في مجموعات. يمكن الاستعانة بنشرات أخبار في إذاعات محلية تقوم بتسجيلها قبل الحصة أو الاستماع إليها بشكل حي أو نشرات أخبار في قنوات تلفزيونية محلية أو مواقع إخبارية إلكترونية فلسطينية أو عربية.

مقترح تمرين إضافي:

الهدف: أن يفهم الطالب أن هناك مواضيع تؤثر في حياته وأخرى لا تؤثر في حياته. وهي خطوة تمهيدية ليقوم باختيار موضوع يمسه شخصيا وقريب من بيئته.

لنأخذ الصحيفة التي استعملناها في التمرين الأول، أو لنحضر صحيفة أخرى.

دعونا نبحث في الصحيفة عن موضوع ليس له تأثير مباشر علينا. نقصه، ثم نشرح بعد ذلك لماذا لا يؤثر هذا الموضوع على حياتنا.

لنبحث في الصحيفة عن موضوع له تأثير شخصي علينا. نقصه، ثم نشرح بعد ذلك لماذا يؤثر هذا الموضوع على حياتنا.

* تنويه: يمكن إعطاء هذا التمرين كواجب مدرسي ثم عرضه ومناقشته في الحصة القادمة.

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات	ملاحظات
٢٠ د	يجري المدرب عصفا ذهنيا حيث يطلب من الطلبة أن يقترحوا مواضيع ليتناولوها في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية. يجمع المدرب الأفكار ويسجلها على اللوح ثم يناقش الطلبة، ويتناقشون فيما بينهم على أساس المعايير التي شرحها المدرب في الحصة السابقة، ويفرزون المواضيع إلى مناسبة وغير مناسبة.	يتمكن الطلبة من اقتراح مواضيع	عصف ذهني نقاش شرح	لوح أقلام	يمكن أن يحدد المدرب المجال الذي تنبثق منه المواضيع، مثل البيئة، والصحة، والمدرسة، والرياضة. يجب على المدرب أن ينبه الطلبة أن عليهم أن يختاروا مواضيع قريبة منهم ومن بيئاتهم ومحيطهم الشخصي.
١٥ د	يشرح المدرب مثال داليا وتمرين الشجرة الذي تقوم به.	يعرف الطلبة أن هناك زوايا مختلفة للمواضيع وكيفية تحديدها.	شرح		
٥ د	يوزع المدرب ورقة عمل (٢) في الصفحة (٦١) على الطلبة، ويطلب منهم اختيار موضوع من المواضيع التي اتفقوا عليها في بداية الحصة، والتفكير بزوايا مختلفة، ثم اختيار زاوية واحدة كواجب منزلي، مثلما هو مكتوب في ورقة العمل.	يفهم الطلبة تحديد الزوايا. يستطيع الطلبة تحديد زوايا مختلفة.	تمرين عملي	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٦١)	

تمرين إضافي: ورقة عمل (٣) في الصفحة (٦٢)

يستطيع المدرب أن ينفذ نشاطا إضافيا ليعمق فهم الطلبة لمحور اختيار موضوع. ويشرح ورقة عمل (٣)، ويطلب من الطلبة تنفيذها أثناء الحصة، أو كواجب منزلي يتم نقاشه في الحصة التالية.

الأشكال الصحفية



الأشكال الصحفية للطلبة

نظم معلم الصحة في مدرسة أحمد فعالية حملت عنوان «صحتكم بالدنيا»، هدفت لتوعية الطلاب حول مجموعة من العادات الصحية السليمة؛ كممارسة الرياضة، وتناول وجبة الفطور، وتجنب شراء المنتجات غير الصحية كرقائق البطاطا والمشروبات الغازية. واستخدم المعلم مجموعة من الأنشطة المسلية ليتمكن من إيصال المعلومات للطلبة، منها عقد مسابقات ثقافية ورياضية، وعرض صور وأفلام شائقة ومفيدة تتعلق بالصحة. وشارك في الفعاليات طلبة المرحلة الأساسية، بالإضافة لمجموعة من المعلمين.

قرر أحمد وزملاؤه في مشروع التربية الإعلامية تغطية الفعالية لتعريف باقي طلبة المدرسة بالمعلومات التي استفادوا منها، فخصصوا العدد التالي من مجلة الحائط لهذا الموضوع. وفكروا بأشكال مختلفة لعرض الموضوع في المجلة.

قرر أحمد أن يكتب خبرا عن الفعالية، وقرر زميله محمد أن يجري مقابلة مع أستاذ الصحة، في حين حضّر فادي تقريرا عن فوائد وجبة الفطور، وكتب مازن مقال رأي عن مقصف المدرسة الذي يبيع بعض المنتجات الضارة.



يستخدم أحمد وزملاؤه أشكالا صحفية مختلفة لتغطية الفعالية، هي: الخبر، والمقابلة، والتقرير، ومقال الرأي.

أعجب مدرب التربية الإعلامية بمجلة الحائط التي أعدها الطلاب، وسأل كل واحد منهم عن سبب اختياره للشكل الصحفي الذي استخدمه:

قال أحمد: اخترت الخبر لأقدم معلومات آنية محددة، ليتعرف الطلبة الذين لم يشاركوا معنا على مكان الفعالية وزمانها وسبب تنظيمها وأهدافها ومن قام بها.

قال محمد: أجريت مقابلة صحفية معمقة مع أستاذ الصحة كمسؤول عن الفعالية، لأحصل على معلومات إضافية عن سبب إجرائها، والداعمين لها، والتعريف أكثر بمعلم الصحة.

قال مازن: لا أفهم لماذا يبيع مقصف المدرسة منتجات غير صحية، وتحتوي على مواد ضارة! وأحببت أن أنقل رأيي الشخصي لزملائي.



إضاءة:

يشبه الصحفي/ة الطباخ/ة الذي يعد الطعام بطرق مختلفة؛ فالبطاطا مثلا يمكن أن تكون مقلية أو مسلوقة أو مشوية أو مهروسة. ويمكن هنا تشبيه الأشكال الصحفية بالطرق المختلفة لإعداد طبق من البطاطا.

* خطوة بخطوة:

هذه الخطوات ستساعدني على اختيار الشكل الصحفي المناسب:

ما الموضوع الذي يهم جمهوري؟

ما هي الزاوية التي أريد أن أبرزها من الفعالية؟ ولماذا؟

هل أخصص الموضوع لمجلة الحائط أم للإذاعة المدرسية؟

ما المساحة المتوفرة لتغطيته؟ وما الوقت المتوفر لذلك؟

ما الأدوات والأجهزة التي أحتاجها لإتمام موضوعي: جهاز تسجيل، وكاميرا، ودفتر، وقلم، وسماعات؟

ما الشكل الصحفي الأنسب لعرض موضوعي من الزاوية التي اخترتها؟

أختبر نفسي:

١. ما أشكال الكتابة الصحفية؟
٢. وهل تصلح كافة الأشكال الصحفية لتغطية حدث ما؟ ولماذا؟
٣. ما هو الشكل الصحفي الذي يعد العمود الفقري لكافة الأشكال الصحفية؟ ولماذا؟

ورقة عمل (ا)

أطلع على الصحف والمجلات الفلسطينية التي أحضرها المدرب، وأختار موضوعا يهمني رياضيا، أو سياسيا، أو اقتصاديا، أو صحيا، أو مجتمعيا، ثم أبحث عن أشكال صحفية مختلفة وردت فيها. سأحاول أن أجد ثلاثة أشكال صحفية على الأقل.



ورقة عمل (٢)

فاز منتخب مدارس تربية رام الله والبيرة بمسابقة أشبال فلسطين لكرة القدم، وقد شارك فيها طلبة من مدرستكم. ما هو أنسب شكل صحفي لتغطية هذا الموضوع؟ ولماذا؟

هل هناك أشكال صحفية أخرى تصلح لتغطية الحدث؟ ما الفرق بينها وبين الشكل الصحفي الذي اخترته في السؤال الأول؟

الأشكال الصحفية للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يعرف الطلبة الأشكال الصحفية المختلفة ويفرقوا بينها.

المهارات: أن يتمكن الطالب من اختيار الشكل الصحفي الذي يناسب الموضوع الذي يريد أن يطرحه في الإذاعة الصباحية ومجلة الحائط.

مواد ذات صلة: تعتبر هذه المادة الإطار العام الذي يضم معظم الأشكال الصحفية التي تم التطرق إليها بشكل مفصل؛ كالخبر، والتقرير، ومقال الرأي، والمقابلة.

الوحدة التعليمية ١: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات، ويختار لكل مجموعة قائدا. ويربط المدرب البالونات بأقدام قادة المجموعات، ويطلب من الطلبة تفجير بالونات الفريق المنافس، بهدف تجميع أكبر عدد من الأوراق التي تكون داخل البالونات. ثم يطلب المدرب من المجموعات الفائزة أن تذكر ما تعرفه من معلومات عن الأشكال الصحفية التي تحتوي عليها الأوراق التي فاز أعضاؤها بها.	ينشط الطلبة. يعرف الطلبة الأشكال الصحفية.	لعبة	بالونات، أوراق، خيوط، أقلام.	يجب تحضير البالونات قبل بداية الحصة. يضع المدرب داخل كل بالون ورقة كتب عليها شكل صحفي واحد؛ مثلا: خبر، مقال رأي، التقرير الصحفي، المقابلة.
١٥د	يعرض المعلم مثال أحمد في الصفحة (٦٦) ويشرحه للطلبة، ثم يطلب منهم التعليق عليه، ويسألهم عما إذا جربوا أشكالا صحفية مختلفة وعن خبرتهم في ذلك.	يعرف الطلبة الأشكال الصحفية المختلفة وخصائص كل منها	شرح نقاش		
١٥ د	يوزع المدرب ورقة عمل (١) في الصفحة (٦٧) ويشرحها للطلبة ويطلب منهم إنجازها.	يفهم الطلبة الأشكال الصحفية ويتمكنون من تحديدها.	تمرين عملي	إحضار مجلات وصحف فلسطينية نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٦٧)	يمكن تقسيم الطلبة إلى مجموعات.

وحدة تعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠د	يحضر المدرب حبة بطاطا ومصاصات. يطلب من طالبين أو ثلاثة تجربة غرس المصاصة في البطاطا حتى تخرج من الجهة الأخرى خلال دقيقة. يجب على الطالب أن يركز على المنتصف، وأن يغرس المصاصة بسرعة وخفة حتى ينجح.	ينشط الطلبة ويركزون.	لعبة	حبة بطاطا، مجموعة مصاصات بلاستيكية.	يمكن للمدرب أن يعطي عبرة من اللعبة حيث يشجع الطلبة على التركيز واختيار الهدف والمحاولة، وأن يذكرهم دائما بأنه لا شيء صعب ومستحيل.
٣٠د	يوزع المدرب ورقة عمل (٢) في الصفحة (٦٨) ويكلف الطلبة بإنجازها ضمن وقت يحدده المدرب، ثم يطلب منهم، أو من المجموعات، عرض النتيجة، ويدير نقاشا بين المجموعات والطلبة الآخرين.	يفهم الطلبة كيفية اختيار الشكل الصحفي المناسب للموضوع.	تمرين عملي نقاش	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٦٨)	يمكن أن يتم العمل على الورقة بأسلوب المجموعات أو العمل الفردي.

الخبــر الصحفي



الخبر الصحفي للطلبة

يستمع أحمد يوميا إلى نشرة أخبار السادسة والنصف من مذياع باص المدرسة. وتطلعه هذه الأخبار على أحدث وأهم المعلومات في مدينته؛ القدس، وضواحيها.

* ذات يوم سمع المعلومات التالية:

أطلقت مجموعة شبابية تحمل اسم «تسامح» اليوم فعالية بين الشباب في مدينة رام الله حول أخلاقيات استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وذلك بعد زيادة حالات القدح والذم في الشبكة، وتسببها بمشاكل نفسية وعائلية وسياسية بين الأفراد على أرض الواقع. وتقوم المجموعة بتوزيع بوسترات تتضمن معلومات، وتحاول أن تدخل في حوار مع الشباب في الشارع.

* المعلومات التي سمعها أحمد يطلق عليها الخبر الصحفي.



الخبر: هو معلومات مهمة وآنية عن حدث معين.

نقل أحمد الخبر الذي استمع إليه في المذياع صباحا إلى زملائه في المدرسة، فطرحوا عليه الأسئلة التالية:

من أطلق الفعالية؟ ما موضوعها؟ ومتى أُطلقت؟ وأين ستنظم؟ وكيف؟ ولماذا أطلقت المجموعة الشبابية هذه الفعالية؟

دعونا نساعد أحمد في الإجابة عن هذه الأسئلة مستعينين بالمعلومات الواردة في الخبر الذي سمعه.



من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ لماذا؟

هذه الأسئلة الستة تعد بمثابة العمود الفقري للخبر الصحفي، الذي يبدأ بالإجابة عنها، ثم تتبعه تفاصيل ومعلومات إضافية.

تسلسل الإجابة مهم أيضا، حيث يذكر الصحفي المعلومات الأهم في البداية.

يفكر أحمد: كل يوم هناك الكثير من الأخبار التي تبث وتذاع وتطبع في وسائل الإعلام المختلفة؛ الفلسطينية والعربية والعالمية. كيف يختار الصحفيون الأخبار؟

سأل أحمد مدرب التربية الإعلامية الذي شرح له كيف يختار الصحفيون الأخبار- يعد الخبر مهما عندما يكون:

١. **آني الحدوث- مثال:** افتتح رئيس المجلس القروي صالة الرياضة في مدرستنا اليوم.

٢. **مفيدا للقارئ- مثال:** هناك طريقة جديدة لتعلم المفردات الإنجليزية.

٣. **قريبا من مكان سكن القارئ- مثال:** قام صبي من مدينتك أو قريتك باختراع مميز.

٤. **مثيرا للعاطفة- مثال:** بعد أن ماتت القطة تحت عجلات سيارة، تمكن أطفال الحي من إيجاد مكان للقطط الصغيرة لدى صاحب دكان البلدة الذي يحب الحيوانات.

٥. **مسليا- مثال:** فاز المغني الفلسطيني الشاب عبد الله الرفاعي بمسابقة برنامج اكتشاف المواهب.

٦. **غريبا- مثال:** ضرب موسم الزيتون في القرية هذه السنة رقما قياسيا؛ فلم يسبق أن جنى المزارعون هذه الكمية من الزيتون. أو- أكبر بطيخة في فلسطين يقطفها مزارع من غزة.

قرر أحمد أن يكتب خبرا بنفسه، استنادا إلى التعليمات التي أعطاه إياها مدرب التربية الإعلامية:

* خطوة بخطوة

كيف نكتب الخبر؟

بعد أن وجدنا حدثا مناسبا، يمكنني أن أبدأ بكتابة الخبر.

١. سأطرح الأسئلة الستة التي تتعلق بموضوعي وأجيب عليها. طبعا علي أن أستعين بمصادر موثوقة لجمع المعلومات التي تساعدني في الإجابة على هذه الأسئلة.

٢. هل أنا متأكد من صحة الإجابات؟

٣. سأرتب الإجابات حسب أهميتها.

٤. سأستعمل لغة بسيطة وواضحة وجملا قصيرة.

٥. يكتمل الخبر بالإجابة عن الأسئلة الستة. ولكنني أستطيع أن أضيف معلومات أو تفاصيل مكملة. لذا علي أن أفكر بالمساحة المخصصة لي في مجلة الحائط أو الإذاعة الصباحية.

٦. جميل أن نكون مغرمين بالقطط الصغيرة، أو معجبين بالمغني الفلسطيني الشاب، ولكن ذلك يبقى رأيا خاصا لن أذكره في الخبر، لأن الخبر يحتوي على معلومات فقط.



إضاءة

رأي الصحفي لا محل له في الخبر

رائع! لقد انتهيت من كتابة الخبر، ولكن قبل أن أنشره أو أقرأه في الإذاعة الصباحية، علي أن أسأل: هل الخبر مفهوم؟ وإذا اكتشفت خطأ ما، فبإمكاني تصحيحه الآن.

أختبر نفسي

١. ما هي الأسئلة الستة؟

٢. ما تسلسل الإجابات على الأسئلة الست في الخبر؟

٣. أنا أكتب خبرا عن زيارة لاعب كرة القدم الشهير الذي أحبه كثيرا إلى فلسطين. فهل أذكر مدى إعجابي به في الخبر؟ ولماذا؟

ورقة عمل (١)

دعونا نقلب الصحيفة، ونبحث عن خبر قصير أو طويل.

* **تذكير**: الخبر هو معلومات آنية ومهمة عن حدث معين.

لنقم بقص الخبر ولصقه هنا:

لنتذكر الأسئلة الستة: ما هي؟

١.

٢.

٣.

٤.

٥.

٦.

دعونا نبحث الآن عن الإجابات في الخبر الذي اخترناه لتونا ونكتبها هنا:

الخبر للمدربين

الهدف

المعرفة: يكون الطلبة معرفة عن الخبر وعناصره.

يكون الطلبة معرفة عن مجال الإعلام في فلسطين والعالم العربي

المهارات: يفكر الطلبة بمصادر أخبارهم ونوعيتها.

مواد ذات صلة: الأشكال الصحفية، البحث.

الوحدة التعليمية ١: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	من أين أحصل على الأخبار؟ يطلب المدرب من الطلبة التفكير بالمصدر المفضل أو الوسيلة الإعلامية المفضلة لديهم للاطلاع على الأخبار في حياتهم اليومية وكتابته على ورقة أو بطاقة. ثم يسأل كل طالب عن مصدره، ويطلب منه أن يقف في الخانة التي يظنها صحيحة. بعد ذلك يدخل المدرب في نقاش مع الطلبة: لماذا يفضل هذا المصدر بالذات؟ ماذا يعني مصطلح الإعلام الحكومي؟ ماذا يعني الإعلام الخاص؟ يمكن أن يتابع المدرب النقاش مع الطلبة حول طبيعة الأخبار التي تهمهم ولماذا؟	ينشط الطلبة. يفكر الطلبة بالمصدر الذي يستندون إليه في الحصول على الأخبار.	تمرين	أوراق أو بطاقات يستعملها لتعريف الخانات، ولتسجيل الأسئلة والملاحظات.	يعد المدرب خانتين أو أكثر حسب النقاط التي يود مناقشتها مع الطلبة حسب مستوياتهم: خانة يكتب عليها «إعلام خاص» وأخرى يكتب عليها «إعلام حكومي».
١٠ د	يطرح المدرب مثال أحمد في الصفحة (٧١) الذي يسمع الراديو في السيارة أثناء ذهابه إلى المدرسة. ويشرح ما هو الخبر. ويتابع المدرب شرح مثال أحمد وعناصر الخبر، ثم يقوم مع الطلبة بالإجابة على الأسئلة في نهاية مثال أحمد.	تكوين معرفة عن الخبر وعناصره	شرح ومناقشة		
٢٠	يوزع المدرب الطلبة في مجموعات عمل، ثم يوزع عليهم ورقة عمل (١) في الصفحة (٧٣) بالإضافة إلى صحف يومية لإنجاز ورقة العمل. تعرض كل مجموعة الخبر الذي اختارته، ثم يناقش الطلبة والمدرب النتيجة.	يفهم الطلبة الخبر وعناصره يتعرف الطلبة على الصحف الفلسطينية	تمرين عمل مجموعات	نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٧٣) وتوزيعها صحف فلسطينية أو عربية مقص وصمغ	للمبتدئين: يمكن أن يحضر المدرب خبرا مسبقا، ويقوم بقص عناصره؛ أي الإجابات على الأسئلة الست، ثم يطلب من الطلبة أن يرتبوه كلعبة puzzle .

وحدة تعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	الهدف التعليمي	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	يطلب المدرب من الطلبة أن يقترحوا أحداثا من محيطهم يعتبرونها هامة لتغطيتها كخبر. يجمع المدرب في البداية كل اقتراحات الطلبة ويدونها على اللوح.	يفكر الطلبة بالأحداث التي تهمهم.	مناقشة	لوح ورقي	يمكن أن يطلب المدرب من كل طالب كتابة حدث يهمه على بطاقة يلصقها على لوح ورقي. يمكن تقسيم الطلبة إلى مجموعات عمل. يقترح كل منها حدثا واحدا. يمكن أن يحدد المدرب قبل البدء بجمع الاقتراحات الموضوع بشكل عام، مثلا البيئة أو الرياضة أو قضايا مدرسية.
١٥ د	يشرح المدرب معايير اختيار حدث ما لتغطيته كخبر.	يعرف الطلبة شروط اختيار حدث ما لتغطيته كخبر.	شرح		يمكن أن يطرح المعلم أمثلة إضافية يراها مناسبة.
١٠ د	يطلب المدرب من الطلبة التفكير في الحدث الذي اختاره كل طالب أو كل مجموعة والشروط التي يلبيها. مثلا: الآنية + الغرابة الآنية + تهم القراء. يمكن أن يلبي الحدث أكثر من شرطين، ولكن الآنية شرط رئيس ويجب أن يكون موجودا.	يفهم الطلبة الشروط التي يجب لحدث ما أن يلبيها لتغطيته كخبر.	تمرين		
٥ د	يطلب المدرب من الطلبة تغطية الحدث الذي اختاروه كخبر متبعين «خطوة بخطوة» كواجب منزلي.	يستطيع الطلبة كتابة خبر	شرح		يمكن تخصيص وحدة تعليمية إضافية لعرض الأخبار التي كتبها الطلبة ومناقشتها. للمبتدئين: يمكن تخصيص وحدة تعليمية إضافية لمتابعة الطلبة في كتابتهم للخبر خطوة بخطوة.

المعلومات والخبر

* ما هي المعلومات؟

هي أي شيء يعلمنا. وبالتالي قد تكون معرفة، أو حقائق، أو تعليمات، إلخ. يعيش الصحفيون حياتهم العملية عبر الحصول على المعلومات، وتحليلها والتحقق منها بغية تقديمها بأسلوب متزن إذا صح التعبير.

* ما هي مصادر المعلومات؟

هي أي مورد للمعارف والمعلومات. ومن الأمثلة عليها: الوثائق، والخطابات، والفيديوهات، وصفحات الإنترنت، والأشخاص، والصور، ووسائل الإعلام كالصحف أو البرامج الإذاعية. وغالبا ما تتسم مصادر المعلومات الفردية بالحيادية. ومن المهم النظر في مصدر المعلومة، ولماذا يتم نشرها وبثها، وإلى أي مدى ينبغي بنا الوثوق بالمصدر. لهذا السبب، يعمل معظم الصحفيين وفق ما يعرف بالمصدرين للتحقق من مصداقية المعلومة التي يعالجونها. فإذا تطابقت المعلومة المتوفرة من مصدرين مختلفين ومستقلين يمكن اعتمادها.

ومن المفيد التحقق من ملكية الوسيلة الإعلامية عند تفحص حيادية رسائلها الإعلامية، أي إذا ما كانت مملوكة لمستثمر، أم لحكومة، أم لشركة خاصة، أم إذا ما كانت تتبع جهة مستقلة. وغالبا ما يكون لدى مالكي المصادر الإعلامية أجندة خاصة، كأن يكون لديهم رأي سياسي يريدون إيصاله عبر وسيلتهم. وكذلك لدى الإعلام المستقل أو غير الحكومي أيضا أجندته، ولعل أبرز ما يتسم به الإعلام المستقل معارضته للحكومة. لذا ينبغي النظر في الدوافع التي تحرك أو تسير المصدر الإعلامي بطرح مجموعة من الأسئلة مثل: هل المصدر معني بجني المال، أو بالترويج لأجندته الخاصة، أم لعله معني بإعلام الجمهور؟ أحيانا تتسم القصص الإخبارية بالمبالغة لدفع الناس إلى شراء الصحيفة أو الوسيلة.

* ما هي الأخبار؟ وما هو الفارق بين الأخبار والمعلومات؟

يشتق مصطلح الأخبار news في اللغة الإنجليزية من كلمة new التي تعني الجديد أو الحديث. وبالتالي فالأخبار هي المعلومات الجديدة والمهمة التي تتعلق بالمتلقي واهتماماته. وتعتمد عملية إدراج معلومة ما على أنها خبر على عدة عناصر، منها مكان وقوع الحدث، والجمهور المستهدف، وقرار المحرر أو الصحفي أو المراسل. فمثلا قد تكون سرقة متجر في قرية صغيرة خبرا مهما للمجتمع المحلي، وبالتالي قد تنشرها صحيفة محلية. إلا أن مثل هذا الخبر لن يحظى باهتمام مراسل صحفي أجنبي، مع أنه يبقى معلومة بالنسبة له.

* ما هي الأسئلة التي يجب أن تجيب عليها الأخبار؟

ينبغي للأخبار أن تعلم المتلقين أو الجمهور بما حدث، ومتى وأين، ومن الضالعون فيه. وكذلك ينبغي للمادة الإخبارية الجيدة أن تقدم معلومات حول كيفية وقوع الحدث وسببه. وينبغي للمتلقين إدراك عدم حيادية أسلوب صياغة الخبر والإجابات التي يقدمها. فمثلا قد يكون الصحفيون أفكارا مختلفة عن سبب وقوع الحادثة، يبنونها على آرائهم السياسية، أو نشأتهم، أو محيطهم، إلخ. وكذلك قد يقدمون أيضا إجابات مختلفة عن أسئلة محورية استنادا إلى الشخص الذي أجروا معه المقابلة للحصول على معلومات لكتابة مادتهم الإخبارية أو إلى طريقة قيامهم بالبحث. أما الصحفيون الجيدون فيسعون لتغطية الحدث بحيادية عبر تقديم مختلف جوانبه. لكن يجب أن نتذكر أن الحيادية المطلقة ليست إلا ضربا من الخيال لتباين أهمية مكونات الخبر باختلاف المتلقين. وعليه فإن الرسائل الإعلامية تعبر عن قيم صانعيها ووجهات نظرهم.

* لماذا علينا الوصول إلى المعلومات؟

يجسد الاطلاع على ما يدور حولنا ركيزة لفهم المجتمع، لما لذلك من أهمية في فهم ما يجري في أنحاء أخرى من العالم، وكيفية تأثيرها علينا كمتلقين. مثلا، إذا كان محصول الأرز سيئا في الصين، فإن سعره قد يرتفع أيضا في مصر على سبيل المثال. ويمكن تحديد هذه المشاكل والبحث عن آلية للتغلب عليها.

* كيف لنا أن نحصل على معلومات سديدة؟

هناك عدة طرق للحصول على المعلومات والإلمام بالقضايا الراهنة من قراءة الصحف وصفحات الأخبار على الإنترنت، والاستماع إلى التقارير الصحفية، والإذاعية أو مشاهدتها على التلفاز. وتغطي المصادر الإعلامية المختلفة بعض الأنباء بطرق مختلفة، أو قد تنزع لتغطية أخبار لا تعرضها وسائل أخرى. ويمكنك الحصول على المعلومات أيضا بالتحدث مع الآخرين وقراءة ما ينشرونه على شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك. ويعطيك هذا الأمر فكرة عن رأي الآخرين فيما يحصل في الأخبار. وعندما تطلع على المعلومات، خذ دائما مصدر معلوماتك في عين الاعتبار، وتساءل دوما: هل المعلومات التي أحصل عليها وقائع أم آراء شخصية، أم خليط منهما؟

* كيف نحلل الأخبار؟

ينبغي لمتلقي الإعلام التمييز بين أنواع المحتويات أو المضامين الإعلامية المختلفة، كالفرق بين مقالة تعبر عن رأي، ومادة إخبارية. فالنوع الأول غالبا ما يحتوي على الأخبار، في حين لا يجب أن ينطوي النوع الثاني على أي رأي شخصي. لذا عليك أن تأخذ كاتب المادة في عين الاعتبار، والتساؤل عن سبب نشره ومشاركته لهذه المحتويات مع المتلقين، وما هو رأي الآخرين بها. هل تقدم وجهة نظر طرفي الحدث؟ وهل تترك حيزا للجمهور ليكون رأيه الخاص بعد الاطلاع على وجهتي النظر أو الحجج المختلفة؟ أم علها تقدم وجهة نظر أحادية وتفسيرا واحدا للوقائع؟

في كثير من الأحيان يكون اجتزاء المعلومات جزءا من التلاعب في المادة المقدمة، لذا ينبغي التساؤل عن الوقت والمساحة اللذين تخصصها الوسيلة الإعلامية لعرض الموضوع بغية الإجابة عن الأسئلة التالية: هل يتناسب الوقت والمساحة المخصصة للموضوع مع أهميته؟ أم تبالغ الوسيلة في أهمية الموضوع لحرف أنظار المتلقين عن موضوع آخر؟

يمكن لأي قضية أن تكون موضوعا جديرا بالتغطية الإعلامية. ولكن غالبا ما ينصب اهتمام الصحفيين والإعلاميين على مواضيع أكثر من غيرها، كالثقافة أو البيئة. لذلك تجدهم يبحثون عن مواضيع محددة ضمن هذه المجالات. وهنا يجب أن نذكر أن مهمة الصحفي تتجسد في إيجاد السبب الكامن وراء جعل موضوع ما ذا أهمية خاصة في توقيت محدد، وعبر وسيلة بعينها. قد يغدو موضوع ما مهما لما يقدمه من معلومات أو أفكار جديدة، ولكن لا يخفى على أحد أن وسائل الإعلام غالبا ما تغطي بعض المواضيع بعينها لارتباطها باهتمامات غير آنية لدى المتلقين.

* ما هي المواضيع الإخبارية؟

تعالج وسائل الإعلام العامة وغير المختصة بمجال محدد، أو تلك التي لا تستهدف شريحة معينة من الجمهور، مواضيع محددة من سياسة، وأعمال، وثقافة ورياضة وغيرها من المواضيع. وتشكل المجالات السابقة موردا للتقارير الإخبارية. ولكننا قد نجد أن بعض الموضوعات والقضايا تحظى بتغطية أكبر من غيرها. ويعود قرار تحديد المواضيع الجديرة بالتغطية الإخبارية لصانعي الإعلام الذين يعملون على تفحص القيمة الخبرية لها، وأحيانا أخرى يقومون بتحديد المواضيع تبعا لمعايير أخرى كأجندة المؤسسة الإعلامية وأولوياتها.

* ما هي معايير انتقاء الخبر؟

إذا أردنا إجمال معايير انتقاء الخبر في ثلاث كلمات، فيمكننا القول إن الحداثة، والأهمية، ومدى ارتباطها بالمتلقي، هي ثالوث معايير اختيار الخبر الجيد. وتحدد القيمة الخبرية للموضوع بمجموعة من المعايير التي يلجأ إليها صانعو الإعلام لتحديد أهمية قضية ما، ومدى أحقيتها بالتغطية الإخبارية. وتسهم هذه المعايير في تحديد صانعي الإعلام لآلية تناول وتغطية موضوع معين. مثلا: هل يستحق الموضوع أن يأخذ حيزا على الصفحة الرئيسة أم ينشر في عامود صغير؟ وتتبع وسائل الإعلام المختلفة مبادئ متشابهة في اختيار الخبر، إضافة لتوظيفها لمجموعة من المبادئ الحاكة خصيصا لتلبية ما يهم ويجذب جمهورها.

فيما يلي مجموعة من المعايير العامة التي تساعد صانعي الإعلام على تحديد القيمة الخبرية للمواضيع التي يغطون:

١. **آنية الخبر:** عادة ما تقل أهمية الأخبار سريعا. لذلك فإن حداثة أي خبر أو قصة ترتبط بوتيرة إصدار الوسيلة الإعلامية بالإضافة إلى طريقة صدورها. إذ من الممكن تحديث الأخبار مباشرة كما هو الحال على مواقع الأخبار الإلكترونية، أو يوميا أو أسبوعيا كما هو حال الصحف مثلا.

٢. **القرب المكاني للخبر:** حيث ترتبط أهمية الأحداث بمدى قربها من الجمهور المستهدف. فمثلا، يعد اندلاع حريق أو وقوع حادث في بلدة قريبة حدثا أقرب وأهم للجمهور من نشوب حرب أو أزمة سياسية في الجهة الأخرى من الكرة الأرضية.

٣. **وقع الخبر:** كلما زاد عدد الأشخاص الذين يتأثرون بخبر معين، ازدادت أهميته. لهذا نجد أن الحروب والكوارث الطبيعية كالفيضانات والجفاف أو الزلازل عادة ما تعتبر مواد إخبارية كبرى.

٤. **عواقب الخبر:** تعد الأحداث ذات التأثير المستمر في عدد كبير من الأشخاص، أو تسبب أحداثا أخرى هامة وجديرة بالتغطية الإعلامية.

٥. **النزاع:** تعكر النزاعات والخلافات صفو حياتنا اليومية. وغالبا ما تحمل عواقب ذات أثر كبير؛ لذا نجد أنها تحتفظ بمكانة مهمة ضمن الشريط الإخباري.

٦. **هيمنة الخبر:** عادة ما يعتبر صانعو الإعلام التقارير التي تحتوي على أسماء مشاهير، سواء أكانوا أفرادا أم شركات، جديرة بالتغطية الإخبارية.

٧. **الغرابة والتشويق:** حيث تشكل القصص الصادمة وغير الاعتيادية مادة إخبارية قيمة لما تجسده من خروج عن المألوف. فمثلا، لا تعد واقعة عض كلب لإنسان قصة إخبارية، ولكن إذا ما عض شخص كلبا فحتما ستعد الحادثة خبرا مهما.

٨. **إثارة الخبر لاهتمام المتلقين:** عادة ما يهتم الناس بالقصص والأحداث التي لها القدرة على ملامستهم شخصيا. وقد يسهم هذا الأمر في جعل بعض القصص جديرة بالتغطية الإخبارية ولو افتقدت لعناصر هامة أخرى.

* ماذا يقصد بتحديد الأجندة؟

كنا قد أشرنا سابقا إلى أن تحديد المواضيع التي يتم تغطيتها في وسائل الإعلام قد يرتبط أحيانا بمعايير وأولويات وسياسات خاصة بالنسبة للوسيلة الإعلامية أو الصحفي، وهذا ما لا يدركه الكثير من الناس، وعليه إذا التفت الجمهور إلى أن موضوعا معينا يغطى باستمرار وعلى نحو يلفت الانتباه، فإنه سيعتبره أكثر أهمية، سواء عن وعي أو دون وعي. ومن هنا فإن تحديد أجندة الوسيلة الإعلامية هي الطريقة التي يستطيع الإعلام بها التأثير في الرأي العام. لذلك من المهم أن ندرك أن الإعلام رغم ما يقدمه من أخبار للجمهور حول ما يحصل حوله، أو في العالم، ليس انعكاسا موضوعيا للواقع، فوسائل الإعلام تختار وتعدل ما تريد تقديمه، كما تبث قرارات صناع الإعلام فيما سينشر أو يعمم.

* ماذا نقصد بخبر محط اهتمام الجمهور؟

يقصد باهتمامات الجمهور تلك الجوانب التي تمس المتلقي وتسمح له بخلق صلة مع الخبر والأشخاص الذين يتعلق بهم الموضوع. وتركز الأخبار التي تعد محط اهتمام على الأشخاص وخبراتهم وعواطفهم بطريقة تمكن الجمهور من التماهي معها.

* ما هي المواضيع الغائبة عن الشريط الإخباري؟

يختار صانعو الإعلام المواضيع التي سيغطونها، وكيفية القيام بذلك، عبر النظر إلى ما يهم الجمهور المستهدف. لذا نجد أن بعض المواضيع لا تتم تغطيتها على النحو الذي تحظى به مواضيع أخرى. ويعود السبب في ذلك لكون متخذي القرار في الإعلام يخفقون في رؤية مدى أهميتها. وأحيانا قد لا تظهر بعض المواضيع في الأخبار لأسباب أخرى، منها مثلا خوف بعض الصحفيين من التطرق لمواضيع سياسية محددة قد تعرضهم للخطر، أو للضغط عبر رشوتهم لثنيهم عن إثارة موضوع ما.

* ما هي المواضيع التي تهمنا؟

لدى مستهلكي الإعلام، شأنهم شأن الصحفيين، مواضيع تهمهم أكثر من غيرها. قس الأمر على نفسك سائلا: ما هي قبلتك الأولى في الصحيفة؟ أهي صفحة الرياضة، أم الثقافة، أم السياسة، أم الاقتصاد؟ حيث ينزع الكثير من وسائل الإعلام، ومنها المجلات، إلى التخصص في موضوع محدد. ولكن غالبا ما يأخذ صانعو الإعلام أيضا بعوامل أخرى عند البت في المواضيع المهمة لجمهورهم، مثل: أين يعيش قراؤهم أو مستمعوهم أو مشاهدوهم؟ وما هي فئاتهم العمرية؟ وبعد ذلك يسعى صناع الإعلام لتحديد المواضيع المهمة أو المناسبة لأكبر شريحة من جمهورهم، مما قد يدفع بعض وسائل الإعلام لتجاهل بعض القضايا من منطلق أنها تهم جزءا صغيرا من جمهورها.

* كيف نعبر عن المواضيع التي تهمنا في الإعلام؟

إن صانعي الإعلام في بحث مستمر عن قصص شائقة. فإذا كنت مهتما بقضية معينة لا تغطيها وسائل الإعلام، فكر بما ستحققه إذا أخذت على عاتقك تغطية هذه القضية، وعلى أي من معايير انتقاء الخبر سيستند خيارك. في حال الإجابة بالنفي، ما السبب؟ وكيف بإمكانك جعلها مهمة؟ إذا كانت المسألة تحتوي على عناصر جديرة بالتغطية الإعلامية، يمكن اقتراحها على محرر وسيلة إعلامية مثلا، أو محاولة تغطيتها بطريقة تبرز هذه العناصر للتأكيد على أهميتها بالنسبة للآخرين. وربما يمكنك نشرها في الإعلام المحلي. فالإعلام الوطني عادة ما يراقب عن كثب ما يتعاطاه الإعلام المحلي أو الإقليمي، لذا إذا حظي موضوع معين بكثير من التجاوب يصبح تدريجيا مهما بالنسبة للوسائل الإعلامية الكبرى. وينطبق الأمر نفسه على شبكات التواصل الاجتماعي: إذا نشرت موضوعك أو قضيتك عبر الفيسبوك أو تويتر أو يوتيوب، قد يطلع عليها الآخرون وينشرونها مما يوصلها لشريحة أوسع من الجمهور، لتشق طريقها إلى وسائل الإعلام الضخمة.

* ما الذي علي أن أعرفه عند كتابة الأخبار؟

يجب أن تقدم التقارير الإخبارية المعلومة الأهم في البداية. في حين تأتي المعلومات الأخرى لاحقا، بعد أن يتم التطرق للأسئلة المهمة مثل: ماذا، ومتى، وأين، ومن. كذلك يجب أن تكون التقارير الإخبارية واضحة ومستندة إلى وقائع. وغالبا ما يتم دعمها بأقوال منسوبة إلى شهود عاينوا الحدث الذي يغطيه التقرير. ويظهر الشكل المجاور أحد النماذج الشائعة جدا لكتابة الأخبار، ويعرف بالهرم المقلوب:

الهرم المقلوب

أهم المعلومات عن الخبر
ماذا، أين، متى، من، كيف، ولماذا

التفاصيل أو المعلومات
الإضافية التي تفسر المدخل

المعلومات الإضافية
السياق والخلفية

المقابلة الصحفية



المقابلة الصحفية

ما هي الأمور اللازم معرفتها عند إجراء مقابلة؟

الأمر الأهم أن نجمع أكبر قدر من المعلومات عن الشخص الذي سنجري معه المقابلة، فهذا سيساعدنا على التركيز على جوهر المقابلة، ويجعل أسئلتنا وجيهة وفي الصميم.

لتكن أسئلتنا قصيرة وواضحة كي يفهم من نجري معه المقابلة ما نريد معرفته. ومن المهم أن نشعره بالارتياح عبر إبراز جدية ومسؤولية طرحنا.

ورغم ما للتحضير المسبق للأسئلة البديهية والواضحة من فائدة، إلا أنه من الضروري خلال إجراء المقابلة الاستماع جيدا إلى ما يقوله الشخص، فقد نتمكن من ارتجال السؤال بطريقة أخرى في حال لم يجبنا على ما أردنا معرفته، أو إذا قال شيئا غير متوقع، ونريد معرفة المزيد عن ذلك، فلا نتردد في تقصي الأمر بطرح المزيد من الأسئلة.

تعرف هذه التقنية بالأسئلة الاستقرائية. وفي حال لم نفهم ما قاله، أو إذا وجدنا أن إجابته غير واضحة، نحاول دائما استيضاح الجواب.

ونلجأ للأسئلة المفتوحة؛ أي الأسئلة التي لا يمكن الإجابة عليها بنعم أو لا، بادئين أسئلتنا بـ«كيف» أو «لماذا».



المقابلة الصحفية للطلبة

تابعت داليا باهتمام التعليقات الكثيرة على صفحتها في الفيسبوك التي احتوت على معلومات متضاربة حول نظام التوجيهي الجديد. وفي صباح اليوم التالي وجدت داليا أن الجدل حول الموضوع قد انتقل إلى مدرستها، حيث عبرت بعض صديقاتها عن إعجابهن بالفكرة، وبعضهن الآخر انتقدها بشدة.

فكرت داليا بأهمية التطرق لهذه القضية، فقررت أن تقترح على زميلاتها في أسرة تحرير مجلة الحائط إجراء مقابلة صحفية مع مدير التربية والتعليم في محافظتها، لتحصل على معلومات عن موضوع نظام التوجيهي الجديد، تقدمها للطلبة عبر مجلة الحائط.

إضاءة



المقابلة: هي طرح أسئلة على شخص ما للحصول على معلومات أو آراء محددة حول موضوع معين.

نجري المقابلة في الحالات التالية:

* حدث آني: كمقابلة معلمة الرياضة حول مشاركة مدرستنا في مسابقة لكرة السلة.

* لنعرف رأي الناس في قضية ما: مقابلة بعض زملائنا لسؤالهم عن آرائهم في تغيير موعد الامتحانات.

* لنعرض تجربة شخصية: مقابلة مع صديقنا الموهوب في الرسم.

* لنحصل على معلومات من مختصين: مقابلة مع طبيب للحصول على نصائح للوقاية من الزكام خلال فصل الشتاء.

بعد مناقشة زميلاتها في أسرة تحرير مجلة الحائط، اتفقت الطالبات على أن تجري داليا المقابلة لنشرها في مجلة الحائط. واستشارت داليا مدربة التربية الإعلامية حول فكرة المقابلة فأثنت عليها، وأخبرتها بأهمية مرحلة التحضير للمقابلة في ضمان نجاحها وتحقيق الهدف منها.

سألت داليا مدربتها عن أهم الخطوات التحضيرية للمقابلة. فأجابت:

عزيزتي داليا لا بد من:

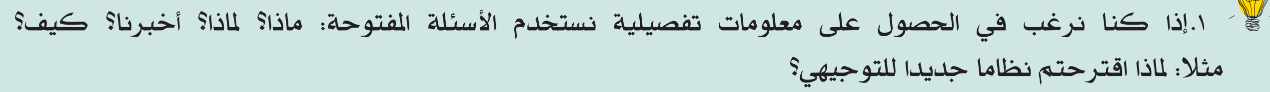
١. أن نفكر بالهدف من المقابلة والمعلومات التي تهم جمهور المدرسة.
٢. أن ننسق لموعد مع مدير التربية والتعليم، وطبعا أستطيع أن أساعدك في الحصول على موعد منه.
٣. أن نبحث عن معلومات حول الموضوع للاطلاع على المستجدات الخاصة بنظام التوجيهي الجديد. كما علينا أن نجمع معلومات عن المدير لنعرف متى تسلم المنصب؟ ماذا كان يفعل قبل أن يصبح مديرا؟
٤. أن نحضر الأسئلة التي ننوي طرحها مسبقا.
٥. ولا ننسى طبعا أن نأخذ دفتر ملاحظات، وقلما، وجهاز تسجيل، وكاميرا لالتقاط صورة للشخص الذي نحاوره.
٦. وأن نرتدي ملابس مناسبة للمقابلة.
٧. وأن نفكر بالوقت المتاح لنا مع الشخص الذي سنقابله.

والآن لنساعد داليا في التحضير للمقابلة، وتطبيق الخطوات التي طرحتها مدربة التربية الإعلامية.

إضاءة:

لننتبه إلى طريقة طرح الأسئلة!

١.إذا كنا نرغب في الحصول على معلومات تفصيلية نستخدم الأسئلة المفتوحة: ماذا؟ لماذا؟ أخبرنا؟ كيف؟ مثلا: لماذا اقترحتم نظاما جديدا للتوجيهي؟



٢. إذا كنا نريد إجابات محددة بالنفي أو الإيجاب، نطرح أسئلة مغلقة. مثلا: هل سيطبق نظام التوجيهي الجديد هذا العام؟ هل سيتم حذف مواد دراسية في نظام التوجيهي الجديد؟ ألم تدركوا مدى تأثير التغيير على الطالب؟

المقابلة خطوة بخطوة

١. نرحب بالضيف ومن ثم نعرف بأنفسنا وبالهدف من المقابلة.

٢. نتحدث بأدب ولباقة.

٣. إذا لاحظنا أن الضيف يطيل الإجابة أو لا يجيب على السؤال، نحاول مقاطعته بلطف وأدب مستفسرين عن النقطة التي تهمنا.

٤. نختار مكانا هادئا بعيدا عن الإزعاج.

٥. نوثق المقابلة مع الضيف بالتسجيل الصوتي.

أشادت المدربة والمعلمات بمجهود داليا المتميز، ولكن لا تزال هناك خطوة أخيرة ليكتمل عملها، فقد قامت داليا بإجراء مقابلة، وعليها الآن أن تستمع لها، وتدونها، وتقرأها بعناية، قبل نشرها في مجلة الحائط. لنساعدها على القيام بذلك:

* الاختصار: إذا كانت المقابلة طويلة، يمكننا اختصارها بحذف الأسئلة والإجابات التي نعتبرها غير هامة.

* التحرير: تختلف اللغة المحكية عن اللغة المكتوبة. بإمكاننا تغيير تركيب الجمل، أو اختصار بعضها.

* الهدف من التحرير: تسهيل القراءة والفهم.

إضـاءة



تحرير المقابلة لا يعني تغيير المحتوى أو الحقائق.

لنختبر أنفسنا

١. ما الخطوات التي علينا القيام بها بعد أن نجد موضوعا مناسبا لإجراء مقابلة؟

٢. لسنا بحاجة إلى معلومات عن الشخص الذي سنجري المقابلة معه. هل هذا صحيح أم لا؟ ولماذا؟

٣. قبل نشر المقابلة، يمكننا أن نعيد صياغتها بشكل كامل حتى لو اضطررنا لتغيير بعض الآراء التي صرح بها المسؤول. هل هذا صحيح أم لا؟ ولماذا؟

ورقة عمل (أ)

لنفكر بموضوع مناسب لإجراء مقابلة. هذا الموضوع يهمنا ويهم جمهورنا في المدرسة. دعونا نختر موضوعا قابلا للتنفيذ، فمقابلة مع نجم كرة القدم رونالدو مثلا أمر صعب الإنجاز.

لنكتب الفكرة هنا:

لماذا يهمنا هذا الموضوع؟ ولماذا يهم جمهورنا؟

دعونا نلق نظرة على الحالات التي تحتم علينا إجراء مقابلة، ونتأكد إذا كان الموضوع الذي اقترحناه يدخل ضمن هذه الحالات.

ورقة عمل (٢)

لنساعد داليا في تحضير أسئلة تطرحها على مدير التربية والتعليم. ولكن قبل ذلك علينا أن نبدأ أولا بالبحث عن المعلومات حول موضوع «نظام التوجيهي الجديد»؛ لنلم به من جوانبه المختلفة.

سندون كل الأسئلة التي نراها مهمة حول هذا الموضوع، ونرتبها حسب الأهمية.

حيد جدا! لقد تمكنا من جمع عدد كبير من الأسئلة. دعونا نفكر بالجهات أو المصادر المناسبة التي تمدنا بهذه المعلومات. يمكن طبعا أن يمدنا مصدر واحد، أو جهة واحدة، بمعلومات عديدة.

لنبدأ بجمع الإجابات من المصادر التي حددناها.

سؤال ١	المصدر	الجواب
سؤال ٢	المصدر	الجواب
سؤال ٣	المصدر	الجواب
سؤال ٤	المصدر	الجواب
سؤال ٥	المصدر	الجواب

دعونا نجمع معلومات عن الضيف، أي عن المدير، الذي سنجري مقابلة معه:

مثلا: متى تسلم المنصب؟ ماذا كان يفعل قبل أن يصبح مديرا؟

الآن حان الوقت لتحضير الأسئلة التي نود طرحها على المدير، ولنتذكر هدفنا من المقابلة واهتمامات جمهورنا.

دعونا نكتب هدف المقابلة هنا:

دعونا نكتب الأسئلة هنا مستفيدين من المعلومات التي جمعناها:

ورقة عمل (٣)

واجب منزلي

قرأ أحمد على الفيس بوك عن متخصصة في مجال التغذية نفذت مشروعا لتحضير وجبات غذائية صحية تبيعها للطلبة في المدارس بدلا من الأطعمة غير الصحية التي يشترونها من المقاصف، ففكر أن يكتب عن هذا الموضوع لمجلة الحائط.

الشكل الصحفي المناسب حسب رأي أحمد هو المقابلة؛ فدعونا نساعده على إجرائها بنجاح:

ما هي الجهات أو الأشخاص التي يمكن لأحمد إجراء مقابلة معها لإنجاز موضوعه؟

فلنذكر أحمد بأهم خمس خطوات تحضيرية يجب عليه القيام بها قبل إجراء المقابلة.

لنفكر في خمسة أسئلة يمكن أن يطرحها أحمد على متخصصة التغذية.

ورقة عمل

خطوات إجراء المقابلة

قبل أن أتوجه لإجراء أي مقابلة، علي أن أتأكد من أن لدي إجابات عن الأسئلة التالية:

الخطوة	نعم	لا
هل هدفي من المقابلة واضح؟		
هل حددت الوسيلة الإعلامية التي ستنشر أو تبث المقابلة؟		
هل أعرف المساحة المتاحة للمقابلة في الوسيلة الإعلامية؟		
هل حددت موعدا مع الضيف؟ ومكان اللقاء؟		
هل أطلعت على الموضوع وجمعت معلومات كافية؟		
هل حضرت الأسئلة التي أود أن أطرحها على الضيف؟		
هل أعرف على أي جهاز سأسجل المقابلة؟		
هل أعرف كل شيء عن كيفية استعمال الجهاز؟		
هل فحصت بطارية الجهاز؟		
هل فحصت جهوزية الجهاز؟		
هل أريد التقاط صورة للضيف؟ وهل معي كاميرا؟		

رائع! أنا الآن مستعد حقا لإجراء المقابلة!

المقابلة الصحفية للمدربين

الهدف

المعرفة: يعرف الطلبة ما هي المقابلة الصحفية، ومتى تستعمل، والخطوات الضرورية للقيام بها.

المهارة: يتمكن الطلبة من إجراء مقابلة صحفية، مع مراعاة تطبيق جميع الخطوات الضرورية، من الفكرة إلى التنفيذ.

يفكر الطلبة بشكل نقدي عبر طرح مواضيع ذات صلة بواقعهم وقضاياهم.

مواد تدريبية ذات صلة: الأشكال الصحفية، البحث، اختيار موضوع.

الوحدة التعليمية ١: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعتين من عدد زوجي، تقفان متقابلتين، ثم يطرح كل طالب من مجموعة (أ) سؤالا شخصيا على الطالب مقابله من مجموعة (ب)، الذي يجيبه. ثم ينتقل هذا الطالب من مجموعة (أ) ليواجه طالبا جديدا من مجموعة (ب). ويطرح الطالب من مجموعة (أ) السؤال نفسه على الطالب الجديد من مجموعة ب الذي يعطيه نفس الجواب. وهكذا.	ينشط الطلبة. يتعرفون على المقابلة وعلى طرح الأسئلة بشكل مرح.	لعبة تنشيطية.		
١٥ د	يشرح المدرب مثال داليا في الصفحة (٨٣) والإضاءة. ثم يسأل الطلبة إذا كان أحدهم قد خاض تجربة إجراء مقابلة سابقا ويتيح له الفرصة للتحدث عن تجربته. ثم يكمل المدرب الشرح ويعرف الطلبة بالحالات التي تكون فيها المقابلة شكلا صحفيا مناسبا.	يعرف الطلبة ما هي المقابلة وطريقة استخدامها.	شرح مناقشة		يمكن أن يستبدل المدرب موضوع داليا «إدخال نظام توجيهي جديد» بمثال آني آخر يهم الطلبة.
١٥ د	يوزع المدرب ورقة عمل (١) في الصفحة (٨٤) على الطلبة ويطلب منهم إنجازها في الصف. يعرض الطلبة نتائج عملهم في الوحدة التعليمية القادمة.	يفهم الطلبة متى يستعملون المقابلة ويستطيعون ربطها بموضوع يهمهم.	تمرين	نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٨٤)	يمكن اعتماد عمل مجموعات. يمكن أن يطلب المدرب من الطلبة إنجاز ورقة العمل كواجب منزلي.

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	يعرض الطلبة نتائج عملهم مع ورقة عمل (١) في الصفحة (٨٤). ويناقشون المدرب إذا كان الاختيار موفقا وقابلا للإنجاز. سينجز الطلبة هذه المقابلة لاحقا بعد التعريف بخطوات العمل مع مثال داليا.	يفهم الطلبة متى يستعملون المقابلة ويستطيعون ربطها بموضوع يهمهم.	عرض مناقشة		
١٥ د	شرح مثال داليا في الصفحة (٨٢) وخطوات العمل التي تطرحها مدربة التربية الإعلامية.	يعرف الطلبة الخطوات الضرورية التي تسبق إجراء مقابلة ما.			
١٠ د	يشرح المدرب ورقة عمل (٢) في الصفحة (٨٥) التي تساعد الطلبة على تطبيق مثال داليا، ثم يكلف الطلبة بإنجازها كواجب منزلي.	يفهم الطلبة الخطوات المختلفة التي تسبق إنجاز مقابلة ما. يمكن للطلبة تطبيق الخطوات المختلفة التي تسبق إجراء مقابلة.	تمرين	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٨٥)	في حال وجود وقت كاف، يمكن للطلبة إنجاز ورقة العمل هذه في الصف، كعمل فردي أو عمل مجموعات.
	بديل: يشرح المدرب ورقة عمل (٢)، التي تتمحور حول الموضوع الذي اختاروه استنادا إلى ورقة عمل (١).	يفهم الطلبة الخطوات المختلفة التي تسبق إنجاز مقابلة ما. يستطيع الطلبة القيام بتطبيق الخطوات المختلفة التي تسبق إجراء مقابلة.	تمرين	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٨٥)	يمكن للطلبة إنجاز ورقة العمل هذه في الصف، كعمل فردي أو عمل مجموعات.

الوحدة التعليمية ٣: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٤٠ د	يعرض الطلبة النتائج التي توصلوا إليها في ورقة عمل (٢) في الصفحة (٨٥). يناقش الطلبة المدرب في نتائج عملهم.	يمكن للطلبة تطبيق الخطوات المختلفة التي تسبق إجراء مقابلة.	عرض مناقشة	ورقة عمل (٢) في الصفحة (٨٥)	

ورقة عمل إضافية: يمكن أن يستخدم المدرب ورقة عمل (٣) في الصفحة (٨٦) التي تتضمن مراجعة شاملة لمادة المقابلة وتوزيعها على الطلبة كواجب منزلي.

الوحدة التعليمية ٤/٥: ٨٠ د (٤٠ د X ٢)

لعب أدوار

الهدف: يجري الطلبة مقابلة ويطبقون الخطوات الضرورية.

لعب أدوار: تعتمد على اللعب، وهي تدعم قوة الملاحظة للفعل الذاتي ولأفعال الآخرين، والقدرة على التواصل والتعاون، والتفكير في حلول وطرحها. من الضروري شرح طريقة «تمثيل الأدوار» بوضوح، سياق التمرين والتركيز على أن الأدوار التي يتقمصها الطلبة تنتهي مع نهاية التمرين.

الموضوع: يمكن اختيار موضوع داليا أو أي موضوع آخر قام الطلبة باختياره وتحضيره.

ورقة عمل (٣) : هذه الورقة تساعد الطلبة على التأكد من تلبية جميع الخطوات الضرورية قبل البدء بإجراء المقابلة.

لنجرب إجراء مقابلة تمثل لقاء مدير التربية والتعليم.

* توزيع الأدوار:

- من يقوم بدور مدير التربية؟
- من يقوم بدور الصحفي/ة؟

* خطوات العمل:

- تقسيم الأدوار بين الطلبة، ويمكن تحديد الأدوار بالقرعة.

* شرح الشخصيات:

- خلفية الشخصيات المهنية، الموقف الذي تتخذه في المقابلة.
- تخصيص وقت للتحضير.

* توضيح المضمون للمشتركين:

- مثلا يهمنا في هذا التمرين أن نتعلم طريقة التصرف خلال المقابلة، وطريقة طرح الأسئلة، ومضامين الإجابات.
- يمكن أن يتقمص المدرب دورا أيضا.
- تحديد مدة «لعب الأدوار»، مثلا ٥ دقائق.

* بعد الانتهاء من اللعبة:

- تقديم الشكر للقائمين بالأدوار وسؤالهم عن شعورهم أثناء اللعب، وكيفية تقييمهم الذاتي للمهمة التي قاموا بها، ثم الانتقال إلى المناقشة.

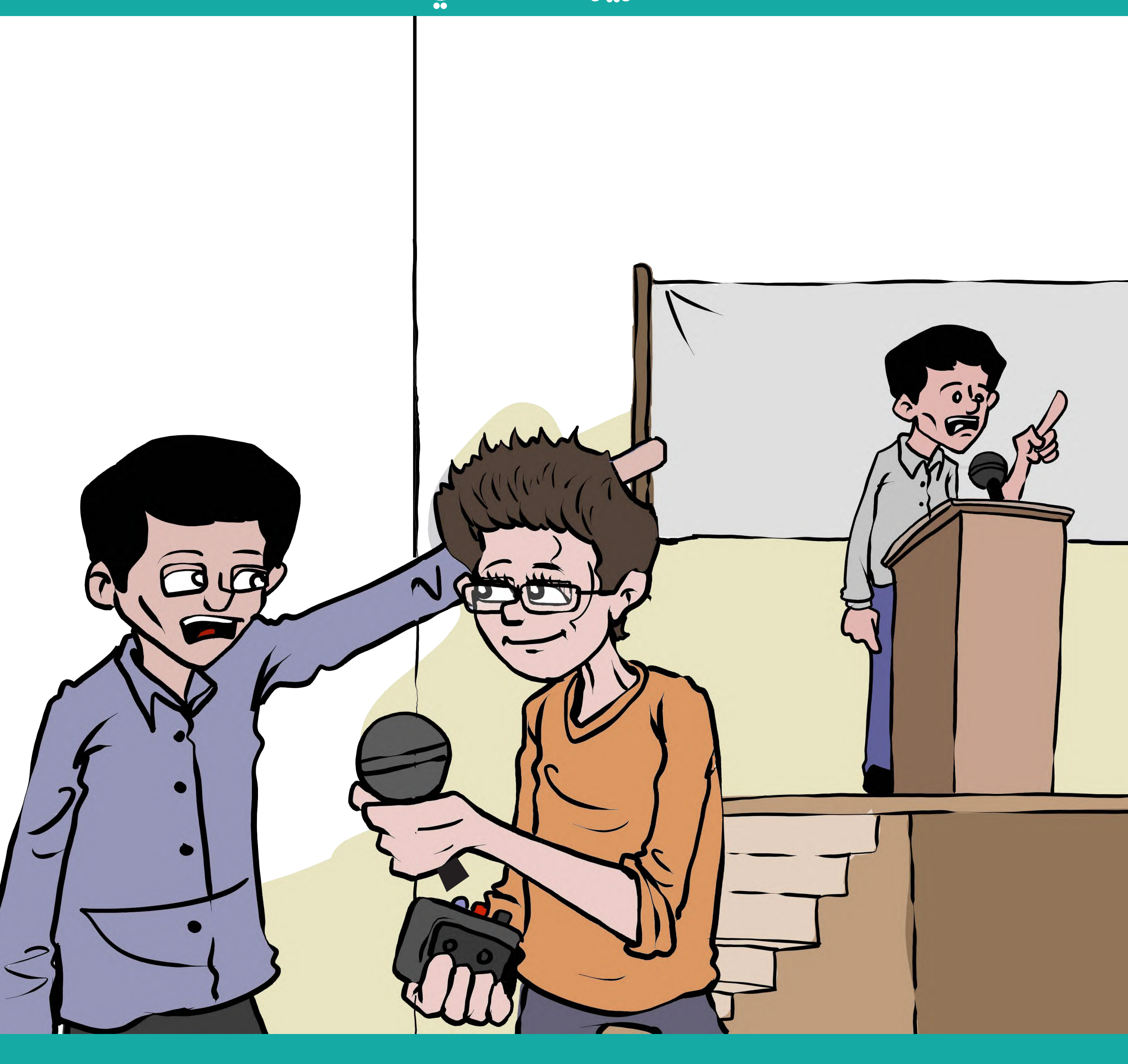
* قبل بدء المناقشة بين الطلبة وإبداء رأيهم، على المدرب أن يوضح قواعد النقد البناء والتغذية الراجعة. والقواعد هي:

- البدء دوما بالجوانب الإيجابية: صياغة النقد بشكل محدد وباستخدام ضمير المتكلم (مثلا: لاحظت أن صياغة السؤال الأول كان عاما، هل كانت المقابلة شائقة؟ ولماذا؟ هل تضمنت معلومات جديدة لم نكن نعرفها من قبل؟ هل كانت المقابلة مفيدة؟ ولماذا؟).
- صياغة النقد البناء باستعمال ضمير المتكلم (مثلا: أتمنى أن تكون طريقة صياغة السؤال محددة أكثر، أي أن تقوم بسؤال مدير التربية والتعليم عن كذا وكذا)، وعدم اللجوء إلى التجريح.
- يمكن للمدرب أن يحدد أسئلة أخرى يراها مناسبة أو يود مناقشتها. كما يستطيع أن يوزع أسئلة معينة على الطلبة، مثلا طالب (أ) يراقب صياغة أسئلة الصحفي، وطالب (ب) يراقب طريقة جواب مدير التربية والتعليم.
- يمكن أيضا جمع ملاحظات الطلبة على التمرين عبر عصف ذهني.

* اقتراح:

- يمكن تسجيل التمرين على الفيديو ومشاهدته لاحقا ومناقشته، هذا يتطلب وجود كاميرا وجهاز العرض الضوئي «بروجيكتور» ويستغرق وقتا أطول، وربما لا يرتاح الجميع لتصويرهم.
- يمكن تكرار لعب الأدوار، وتوزيعها مجددا.

التقرير الصحفي



التقرير الصحفي للطلبة

في نهاية الدوام المدرسي، رأى أحمد باحة المدرسة وقد ملأتها أكياس رقائق البطاطا وعلب العصير الفارغة وأغلفة الحلويات. ولاحظ بأن آذن المدرسة متعب من التنظيف. وهنا تذكر أحمد كلام معلمه عن أهمية النظافة التي لطالما حضه عليها، ونصائح والديه اللذين يحضانه على النظافة دائما.

فكر أحمد: لماذا لا أكتب تقريرا صحفيا عن موضوع النظافة في المدرسة، أنشره في مجلة الحائط.

طرح أحمد هذه الفكرة على زملائه في مجموعة التربية الإعلامية فوافقوا عليها، وأوضحوا أنه موضوع مهم، وأكدوا عليه أن يجمع معلومات كافية عن هذه المشكلة، ويأخذ آراء من لهم علاقة بالأمر.



إضـاءة:

يتناول التقرير الصحفي موضوعا ما، أو مشكلة تهم الجمهور، عبر تسليط الضوء على الخلفيات، وأخذ آراء متعددة بشأنه، بما في ذلك وجهات نظر المختصين/ات، وطرح حلول ممكنة إن وجدت. ويجب عرض مختلف الآراء بشكل متوازن.

وقبل أن يبدأ أحمد بكتابة التقرير الصحفي، وضع لائحة بالخطوات الضرورية التي يتوجب عليه أن يلتزم بها:

* خطوة بخطوة:

- يجب أن يكون الموضوع مهما، أو المشكلة ملحة، ويثير جدلا في محيطنا.
- دعونا نصغ المشكلة أو الموضوع في جملة مفيدة.
- لنفكر بالأسئلة الستة: من؟ ماذا؟ متى؟ كيف؟ أين؟ لماذا؟ ونبحث عن الإجابات عبر تحديد مصادر المعلومات وأصحاب العلاقة.
- لنفكر بالأسئلة الإضافية التي يمكن أن تخطر على بالنا ولها علاقة بالموضوع.
- دعونا نرتب لجمع المعلومات من المصادر التي حددناها، بإجراء مقابلات مثلا. وطبعا لا يجوز أن ننسى التحضير الجيد لهذه المقابلات وتجهيز الأسئلة.
- التدقيق في المعلومات التي حصلنا عليها والتفكير حول ما إذا كانت كافية. في حال اكتشفنا أن هناك نقصا ما، علينا جمع معلومات إضافية.
- فرز المعلومات المهمة وتلك الأقل أهمية.

انتهى أحمد من تطبيق هذه الخطوات وبدأ بالإنجاز.



إضـاءة:

يتكون التقرير الصحفي من ثلاثة أجزاء أساسية:

- مقدمة التقرير: عبارة عن جملتين أو ثلاث، صيغت بلغة جذابة وشائقة، تسلط الضوء على الموضوع أو بعض زواياه المهمة.
- جسم التقرير الصحفي: هو الجزء الذي يضم المعلومات الجوهرية في موضوع التقرير، والأدلة والشواهد والحجج المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير.
- خاتمة التقرير: وهي آخر جزء في التقرير، وتعرض الحلول التي توصلنا إليها خلال المقابلات والبحوث التي أجريناها.

جلس أحمد على مكتبه، وقبل أن يبدأ في الكتابة، فكر مرة أخرى في طول التقرير الذي اتفق عليه مع زملائه، كما تذكر ما قاله له مدرب التربية الإعلامية: «اختر عنوانا شائقا يعبر عن المضمون».

* اختبر نفسك

١. هل يشتمل التقرير على الآراء فقط؟

٢. هل تقتصر كتابة التقرير على المشاكل التي تعترضنا فقط؟

٣. هل من الضروري إجراء مقابلات من أجل إنجاز التقرير؟

٤. هل نستطيع أن نستثني جزءا من التقرير، كالمقدمة أو الخاتمة مثلا؟

ورقة عمل (أ)

دعونا نكتب موضوعنا في جملة مفيدة هنا:

لنفكر:

لماذا يعتبر هذا الموضوع مهما؟ لماذا نود الكتابة عنه؟

لنصغ الأسئلة الستة:

ماذا؟

من؟

متى؟

كيف؟

أين؟

لماذا؟

هل هناك أسئلة أخرى لها علاقة بالموضوع؟

فلنفكر بالمصادر التي يمكنها أن تجيب عن هذه الأسئلة ونكتبها هنا. ولنتذكر: قد تكون المصادر خبراء أو مواقع إلكترونية موثوقة ومختصة أو أناسا ذوي علاقة بالموضوع.

لنبدأ بالتخطيط للحصول على المعلومات من مصادرها.

- هل هي قريبة من بيتنا؟ من المدرسة؟
- هل نحتاج لمساعدة أحد في الاتصال بهذه المصادر؟

ثم دعونا نحضر الأسئلة التي سنوجهها للمصادر المختلفة.

ورقة عمل (٢)

جميل جدا! لقد اتصلنا بالمصادر، وجمعنا الكثير من المعلومات. لنقرأها ونفكر إن كانت كافية ومفيدة، ونقرر أيا منها نود استخدامه في التقرير.

لنبدأ بالمقدمة التي يجب أن تعطي القارئ فكرة عن الموضوع وتثير اهتمامه. سنحاول أن نكتب بشكل شائق، ولكن بالطبع لن نبالغ أو نضخم الموضوع.

لنكمل؛ علينا الآن أن ننجز جسم التقرير الذي يتضمن الأفكار الرئيسة: وصف المشكلة، آراء بعض الناس ذوي العلاقة بالمشكلة، أسباب المشكلة.

وأخيرا لنكتب الخاتمة التي تتضمن حلا أو حلولا، أو ربما رؤية مستقبلية.

لقد نجحنا في إعداد تقرير صحفي!

ولكن يبقى علينا أن نختار عنوانا لتقريرنا؛ لنصغ عناوين قصيرة وشائقة.

التقرير الصحفي للمدربين

الهدف

المعرفة: أن تتكون لدى الطلبة معرفة بالتقرير الصحفي.

المهارة: يفكر الطلبة بالمشاكل التي يواجهونها في محيطهم، والتي يمكنهم أن يتناولوها في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية. ثم ينجزون التقارير الصحفية.

مواد ذات صلة: المقابلة الصحفية، والبحث، واختيار موضوع، والأشكال الصحفية.

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	«أين مشكلتي»؟ يطلب المدرب من كل طالب أن يكتب أهم المشاكل التي يعاني منها كشاب في الحي أو القرية أو المدينة التي يعيش فيها. بعد انتهاء التدوين، يسأل المدرب كل طالب أن يختار مشكلة واحدة، ثم يسأله عن سبب اختياره لها، وأهمية التطرق إليها بالنسبة له ولمحيطه، وعن المعلومات المتوفرة لديه عنها.	ينشط الطلبة. يفكر الطلبة بالمشاكل التي يعانون منها والتي يمكن أن يتناولوها.	تمرين تمهيدي عملي تنشيطي.	أقلام، ورق،	يصلح هذا التمرين للمبتدئين والمتقدمين. يمكن للمدرب أن يحدد المجالات التي تنبثق منها المواضيع المطروحة كالبيئة، والتعليم، والمدرسة، والبيت، والعائلة، والأصدقاء. ويمكن تقسيم الطلبة إلى مجموعات عمل. كل مجموعة منها تطرح مشكلة واحدة.
١٣ د	يربط المدرب بين تجارب الطلبة والمشاكل المقترحة ومثال أحمد في الصفحة (٩٣). يشرح المدرب الخطوات التي يقوم بها أحمد.	يكون الطلبة معرفة عن التقرير الصحفي	شرح		
٢ د	يشرح المدرب ورقة عمل (١) في الصفحة (٩٤) ويطلب منهم إنجازها حتى الحصة القادمة.	يفهم الطلبة التقرير الصحفي. يبدأ الطلبة بإنجاز الخطوات الأولى من التقرير الصحفي.	شرح	نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (٩٤)	واجب مدرسي

* اقتراح:

يمكن تعميق فهم الطلبة للتقرير الصحفي عبر توزيع صحف فلسطينية عليهم، والطلب منهم تحديد التقارير واختيار اثنين منها. ثم يعرض الطلبة، أو كل مجموعة عمل، التقارير التي اختاروها، ويشرحون سبب اختيارهم لهذه التقارير بالذات في الصف.

الوحدة ٢: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	ملاحظات
٤٠ د	كل طالب أو كل مجموعة عمل تعرض نتائج ورقة عمل (١) في الصفحة (٩٤). ثم يدخل المدرب معهم في نقاش من أجل التأكد من فهمهم للخطوات الأولى من إعداد التقرير الصحفي. يقدم المدرب المساعدة والنصائح للطلبة للوصول إلى المصادر. يكلف المدرب الطلبة بالاتصال بالمصادر وجمع المعلومات حتى الحصة القادمة.	يفهم الطلبة خطوات إنجاز التقرير ويطبقونها.	عرض نقاش شرح	يمكن للمدرب أن يساعد الطلبة على الاتصال بالمصادر وتحديد المواعيد معهم أو الوصول إليهم.

الوحدة ٣: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	بعد أن يتأكد المدرب من أن مجموعات العمل جمعت المعلومات الضرورية، يسألهم عن الصعوبات التي واجهوها حتى الآن في إنجاز الخطوات الأولى من التقرير، خاصة عند الاتصال بالمصادر وجمع المعلومات. يناقش المدرب الطلبة حول الصعوبات المختلفة ويساعدهم على التفكير معا بحلول ممكنة.	التفكير في إنجاز الخطوات الأولى من التقرير الصحفي، خاصة التواصل مع المصادر.	مناقشة		
٢٠ د	يوزع المدرب على الطلبة ورقة عمل (٢) في الصفحة (٩٥) ويبدأون بإنجازها في الحصة ويكملونها كواجب مدرسي ويسلمونها للمدرب الذي يقرأ التقارير ويقدم التغذية الراجعة البناءة.	يفهم الطلبة خطوات إنجاز التقرير ويطبقونها.	عمل فردي أو عمل مجموعات	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (٩٥)	

إجابات «اختبر نفسك»:

* هل يشتمل التقرير على الآراء فقط؟

الجواب: لا، لا يعتمد التقرير على الآراء، وإنما على الحقائق التي نتوصل إليها بعد البحث وسؤال المصادر.

* هل تقتصر كتابة التقرير فقط على المشاكل التي تعترضنا؟

الجواب: بالطبع لا، يمكننا أن نتناول أي موضوع آني ومهم في قالب التقرير، يمكننا أن نتناول حفلة موسيقية، أو لاعب كرة قدم فلسطيني ناجح، أو لاعبة جودو فلسطينية مشهورة.

* هل المقابلات ضرورية عند كتابة التقرير؟

الجواب: يجب جمع المعلومات اللازمة، وسؤال الأطراف المختلفة التي تلعب دورا في التقرير. لذلك فإن المقابلات ضرورية، ولكن جمع المعلومات والتأكد منها عبر الإنترنت أو في المكتبة العامة ضروري كذلك.

* هل يمكننا أن نستثني جزءا من التقرير، كالمقدمة أو الخاتمة؟

الجواب: لا، أجزاء التقارير ثلاثة، ولا يمكن الاستغناء عن أي جزء منها.

مقال الرأي



مقال الرأي

دخل أحمد إلى باحة المدرسة صباحا، وانضم لأصدقائه الذين كانوا يناقشون الحادثة التي شهدها زميلهم علي؛ في الصف الخامس، قبل قليل، والذي كاد يتعرض لحادث سيارة أثناء عبوره الشارع العريض والمزدحم، الذي يحاذي المدرسة، والكثير من الطلبة يعبرونه يوميا وهم في طريقهم إلى المدرسة.

تذكر أحمد أن هذا الشارع كان مثار أحاديث الأهالي والمعلمين، الذين كانوا ينبهون الأطفال بأخذ حذرهم عند عبورهم له، كما طالبوا بإجراءات لحماية الطلبة.

فكر أحمد: لماذا لا نطرح هذا الموضوع في مجلة الحائط؟

تشاور أحمد مع زملائه من المجموعة الإعلامية، الذين وافقوه على الفكرة، واقترحوا عليه كتابة مقال رأي عن هذا الموضوع. وقالوا له: «هذا موضوع آني، يهمنا كطلبة في هذه المدرسة، وبالتأكيد كونت رأيا عن الموضوع؛ أليس كذلك»؟



مقال الرأي هو شكل صحفي يتضمن رأي الصحفي/ة أو الكاتب/ة.

إذا رغبنا في كتابة مقال رأي، فيجب أن نكون رأيا حول الموضوع الذي سنكتب عنه، كما نستطيع أن نقدم حججا للقارئ/ة.

وليعرف القارئ/ة أن المادة التي يقرأها تتضمن رأيا، من الضروري الإشارة إلى ذلك، وعلينا أن نكتب على رأس هذه المادة: مقال رأي.

السبب: قاعدة مهمة في الصحافة هو عدم المزج بين الرأي والمعلومات التي تقدم للقارئ/ة.

قبل أن يبدأ أحمد في كتابة مقال الرأي، وضع لائحة بالخطوات الضرورية التي عليه أن يلتزم بها.

* خطوة بخطوة:

- يجب أن يكون موضوعي آنيا يهمني ويهم قرائي ويثير جدلا بين الناس. وطبعا لدي موضوع ممتاز.
- يجب أن يكون الموضوع واضحا، لذلك علي صياغته في جملة واحدة.
- أفكر مرة أخرى: لماذا يهم الموضوع قرائي؟
- علي أن أجمع المعلومات الضرورية عن هذا الموضوع. لذلك سأقوم بالإجابة عن الأسئلة الست وأبحث عن الإجابات من المصادر المناسبة.
- ما رأيي الشخصي عن هذا الموضوع؟
- ما الحجج التي قادتني إلى تكوين رأيي؟
- علي أن أفكر باقتراح حل، أو مطلب. سأطرح ذلك في نهاية المادة.
- الآن أستطيع أن أبدأ بكتابة المادة: سأطرح في البداية الموضوع، ثم أقدم الحجج، ثم رأيي، وأخيرا سأصوغ المطلب أو الاقتراح. اللغة التي سأستعملها بسيطة وواضحة.
- طبعا يجب علي أن أفكر بعنوان شائق.

* اختبر نفسك

ما الفرق بين التقرير الصحفي ومقال الرأي؟

ورقة عمل (ا)

* أبحث عن مقال رأي. هل وجدته؟

* ما اسم الصحيفة؟ أين تصدر؟

* في أي باب في الصحيفة نشر مقال الرأي؟

* ما طول المادة؟
* ما بنية المادة؟ ماذا ترى في الأعلى؟ كيف تبدأ؟ وكيف تنتهي؟

* ما الموضوع الذي يتناوله الصحفي؟

* لماذا اختار الصحفي أن يطرح هذا الموضوع بالذات؟

* هل اكتشفت رأي الصحفي؟ ما هو؟

* ما الحجج التي يطرحها الصحفي في مادته لدعم رأيه ولإقناع القراء؟

* هل أقنعتني هذه الحجج؟ ولماذا؟

* ما رأيي في المقال؟ ولماذا؟

ورقة عمل (٢)

١) علي أن أجد موضوعا آنيا يهمني ويهم قرائي ويسبب جدلا بين الناس. سأكتب الموضوع هنا:

٢) يجب أن يكون الموضوع واضحا، لذلك سأصوغ الموضوع في جملة مفيدة:

٣) أجيب عن سؤال: لماذا يهم هذا الموضوع قرائي؟

٤) سأجمع الآن المعلومات الضرورية عن هذا الموضوع، وأجيب عن الأسئلة الستة. إذا اكتشفت أني لا أعرف الإجابة، علي أن أبحث في المصادر المناسبة.
ماذا؟ من؟ متى؟ أين؟ كيف؟ لماذا؟

٥) ما رأيي الشخصي عن هذا الموضوع؟

٦) أبني رأيي الشخصي على حجج مقنعة. ما الحجج التي قادتني إلى رأيي هذا؟

٧) قبل أن أبدأ في كتابة مقال الرأي، علي أن أفكر باقتراح أو مطلب لحل القضية سأطرحه في نهاية المادة. سأكتب الاقتراح هنا:

٨) أستطيع الآن أن أبدأ كتابة مقال الرأي: سأطرح في البداية الموضوع، ثم أقدم الحجج، ثم رأيي، وأخيرا المطلب أو اقترح الحل. سأستخدم لغة بسيطة وواضحة.

٩) طبعا ينبغي علي، ويجب، أن أفكر بعنوان شائق أيضا. سأكتبه هنا:

مقال الرأي للمدربين

الهدف

المعرفة: يكون الطلبة معرفة عن مقال الرأي، وخصوصيته والخطوات المختلفة لإنجازه.

المهارة: يكتسب الطلبة مهارة تكوين آراء حول مواضيع تهمهم وتهم قراء مجلة الحائط أو مستمعي الإذاعة الصباحية.
يكتسب الطلبة مهارة كتابة مقال رأي.

مواد ذات صلة: البحث، الأشكال الصحفية، إيجاد موضوع

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	تمرين تنشيطي: حزورة يسأل المدرب: من يرغب في البدء باللعبة؟ شخص واحد يقف أمام الآخرين. يسلمه المدرب ورقة صغيرة كتب عليها مهنة أو فعل معين. يطلب من الشخص أن يصف هذه المهنة أو هذا الفعل بتعابير وجهه وبحركات يقوم بها بأعضاء جسمه المختلفة. على الطلبة أن يحزروا هذا الفعل أو المهنة. الشخص الذي ينجح في اكتشاف الفعل أو المهنة، يتقدم إلى الأمام للقيام بالدور التالي، وهكذا.	ينشط الطلبة ويركزون.	تمرين تنشيطي وتركيزي	تحضير بطاقات صغيرة كتب عليها مهنة أو فعل معين.	يمكن ربط هذا التمرين بالإعلام. يختار المدرب أفعالا لها علاقة بالإعلام.
١٠ د	شرح مثال أحمد في الصفحة (٩٩) والإضاءة	يكون الطلبة معرفة عن مقال الرأي وخصوصيته	شرح		إذا رأى المدرب أن مثال أحمد لن يهم الطلبة يمكنه أن يستبدل به مثالا آخر قريبا من بيئة الطلبة.
٢٠ د	يوزع المدرب صحفا فلسطينية على الطلبة. ويطلب منهم الاطلاع على هذه الصحف والبحث عن مقال رأي واحد ثم الإجابة عن الأسئلة في ورقة العمل (١) في الصفحة (١٠٠).	يتعرف الطلبة على المشهد الصحفي الفلسطيني. يستطيع الطلبة التعرف على مقال الرأي في الصحيفة وتحليله.	تمرين	صحف فلسطينية نسخ ورقة العمل (١) في الصفحة (١٠٠) وتوزيعها على الطلبة	يمكن إنجاز هذا التمرين من كل مشترك على حدة أو بشكل مجموعات عمل.

وحدة ٢: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	يناقش المدرب الطلبة في النتائج التي توصلوا إليها خلال الاطلاع على الصحف الفلسطينية. ويدخل معهم في نقاش عبر طرح أسئلة إضافية: هل سبق وأن قرأت تعليقا في صحيفة ما؟ هل أعجبك؟ ولماذا؟ ما الفرق بين مقال الرأي وأشكال صحفية أخرى وجدها الطلبة في الصحيفة؟ هل هناك موضوع آني يراه الطلبة مهما لطرحه كمقال رأي في مجلة الحائط أو الإذاعة المدرسية؟ ولماذا؟	يفكر الطلبة في المواضيع الآنية التي تهمهم وتهم قراءهم التي تصلح لتناولها كمقالات رأي.	مناقشة جماعية		
٢٣ د	يذكر المدرب الطلبة بمثال أحمد ويدعوهم لمساعدته في إنجاز مقال الرأي عن مشكلة الطريق العريض القريب من المدرسة لمجلة الحائط. يشرح المدرب للطلبة الخطوات المختلفة التي يتبعها أحمد ويقوم المدرب معهم بتطبيقها.		شرح ثم مناقشة جماعية		
٢ د	يطرح المدرب على الطلبة السؤال التالي: ما الموضوع الذي لفت انتباهكم في الفترة الأخيرة؟ ولماذا؟ هل كونتم رأيا عنه؟ يجب أن يختار الطلبة موضوعا محددا قريبا منهم وليس موضوعا عاما. ثم يطلب المدرب منهم إنجاز مقال رأي باتباع الخطوات المذكورة في ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٠١).	تكوين مهارة اختيار موضوع يخصهم شخصيا لكتابة مقال رأي، ثم إنجازه.	إنتاج	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٠١) وتوزيعها	واجب مدرسي يمكن تكوين مجموعات عمل والطلب من كل مجموعة الاتفاق على موضوع واحد، ثم إنجازه معا.

وحدة ٣: ٤٠ دقيقة

* عرض مقالات الرأي التي كتبها الطلبة ومناقشتها.
* يمكن التصويت على أحسن مقال رأي سينشر في مجلة الحائط القادمة أو سيقدم في الإذاعة الصباحية، أو عبر وسائل إعلام أخرى مثل موقع مجلة «علي صوتك».

تصميم مجلة الحائط



تصميم مجلة الحائط للطلبة

قام أحمد وزملاؤه بتجميع المواد الصحفية المختلفة لمجلة الحائط، والتي تناولت مواضيع تتعلق بمدرستهم ومحيطهم. لكنها كانت المرة الأولى التي يحضرون فيها مجلة حائط، ولم يكن لدى أي منهم أي علم بكيفية تصميمها وتنسيقها، فقرروا أن يستعينوا بمدرب التربية الإعلامية الذي ساعدهم في كتابة المواضيع وتحريرها، وسألوه عن كيفية تصميم مجلة الحائط.

فبدأ بتعريف تصميم مجلة الحائط.



إضاءة:

تصميم المجلة فن إخراجي يهتم بتوزيع المواد المحررة والعناصر الإخراجية من نصوص وصور ورسومات وإطارات على الورقة الكبيرة بشكل متوازن وجذاب. والعناصر الرئيسة هي: اسم المجلة، العناوين، الألوان، توزيع المواد، المساحة البيضاء.

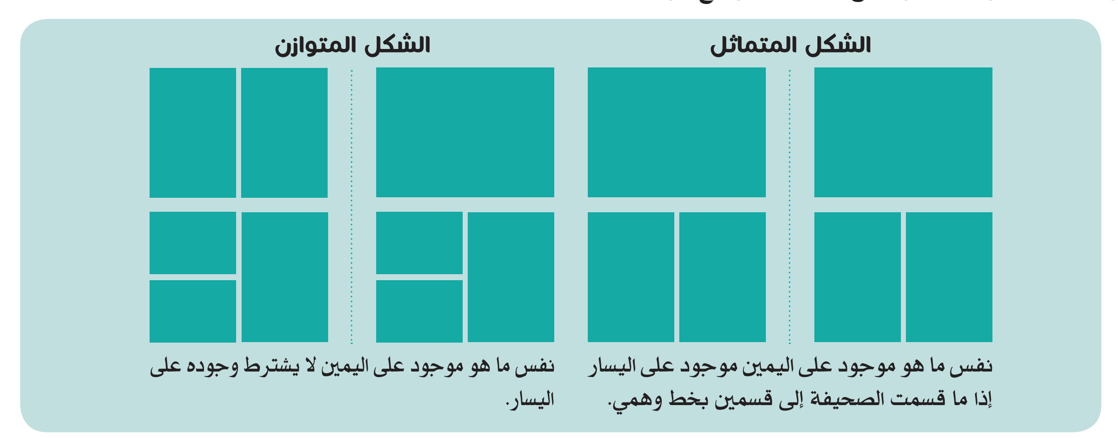
يقول المدرب لأحمد وأصدقائه: من المؤكد أنكم لاحظتم اختلافات في حجم الخطوط المستخدمة؛ فاسم المجلة يكون أكبرها حجما، وأكثرها عمقا. وهناك العناوين الكبيرة والغامقة التي توضع للمواضيع الرئيسة. أما العناوين المتوسطة فهي التي تكون في بداية كل مادة صحفية، والهدف منها التعريف بالمادة وإثارة اهتمام القارئ وتقسيم المواد المختلفة. هناك أيضا عناوين صغيرة أو فرعية داخل النصوص، وظيفتها تقسيم الموضوع إلى الأفكار لتسهل القراءة، وغالبا ما تكون داكنة كذلك.

أحمد: ما المقصود بالألوان الداكنة؟

المدرب: الألوان الداكنة هي الأسود، أو الأحمر، أو الأزرق، أو البنفسجي. ويفضل تجنب الألوان الباهتة كالأصفر، أو البرتقالي... لأنها ألوان تصعب قراءتها، وتتلاشى مع مرور الوقت. وكذلك الأمر بالنسبة للعناوين الفرعية. وخذوا في عين الاعتبار أن تختاروا للعناوين الفرعية نفس لون عنوان المادة أو مشتقاته ليكون هناك تناسق بين الألوان.

أحمد: لقد جمعنا المواد المختلفة من تقارير وأخبار وصور ورسومات، وكتبنا العناوين. فكيف نوزع كل ذلك على مجلة الحائط؟

وهنا يبرز المدرب صورتين لتوضيح كيفية توزيع المواد.



* ثم يجتمع أحمد مع أصدقائه لتطبيق كل الأمور التي شرحها المدرب، وقد اتفقوا على النقاط التالية:

في الأعلى:

***يمينا:** اسم المدرسة.

* **وسطا:** اسم المجلة، تحته تاريخ الإصدار وعدده.

* **يسارا:** أسرة التحرير: وتتضمن أسماء المحررين المسؤولين عن مضمون مجلة الحائط، واسم المشرف/ة عنهم من الهيئة التدريسية.
* انظر الصورة التالية:

مدرسة	• اسم المجلة • تاريخ الإصدار • العدد	أسرة التحرير
الزاوية الصحية	الزاوية السياسية	الزاوية الإجتماعية
الزاوية الثقافية	الزاوية الرياضية	الزاوية الترفيهية

يثني المدرب على التصميم الذي نفذه أحمد وأصدقاؤه.




يمكننا أن نبتكر طرقا أخرى غير الموضحة في الصور، إذ يمكن وضع أسرة التحرير في الأسفل يسارا، أو اسم المدرسة في أعلى اليسار، على أن نحتفظ بنفس الترتيب في كل عدد.

ولفت المدرب أنظار طلاب التربية الإعلامية إلى أهمية المساحة البيضاء التي تترك بين المواد المختلفة؛ قال: «هذه المساحة مهمة من أجل راحة عين القارئ، وترتيب العناصر. ولكن يجب ألا تكون المساحة البيضاء كبيرة».


إضاءة:

لنترك مساحة مناسبة بين عناصر المجلة، فلا تكون كبيرة ولا صغيرة، وإنما مناسبة للعناصر ولمساحة المجلة.

خطوة بخطوة من أجل تصميم جيد

١. لنكتب اسم مجلة الحائط بشكل واضح وكبير.

٢. نضع أسماء أسرة التحرير؛ للتعريف بطاقم العمل، ومن شارك وساهم في إعطاء المواد وكتابتها.

٣. لنعلق مجلة الحائط على ارتفاع يناسب جميع طلبة المدرسة حتى لا يتعبوا أثناء القراءة.

٤. لنكتب المواد بخط واضح وسهل القراءة.

٥. سنجعل مجلتنا تفاعلية، يمكن أن نضع «سؤال العدد»، ونحدد جائزة لمن يفوز بإجابته. قد نضع صندوقا خاصا بالمجلة لاستقبال الإجابة، ونختار الفائز بإجراء القرعة، ونكتب اسمه في المجلة تحت عنوان «الفائز من العدد السابق».

٦. سنختار ألوانا قريبة من بعضها ونتدرج فيها، أو ننسقها إذا اخترنا أكثر من لون.

٧. لن ننسى تغطية المجلة بتجليد بلاستيكي حتى لا تتسخ أو تتعرض للعبث، ويمكن وضعها داخل صندوق مجلة الحائط الزجاجي.

٨. سنشرك الطلبة الذين يمتلكون موهبة الرسم والتزيين أو التخطيط العربي، لتزيين المجلة بالخطوط التي تلفت الانتباه.

٩. لنطبع المواضيع باستخدام برامج مايكروسوفت، ونجرب أنواعا مختلفة من الخطوط والأحجام لكتابة العنوان والمقدمة والنص. وسنحفظ نوع الخط والحجم الذي استعملناه لنعيد استعماله في التقارير الأخرى.

١٠. سنخطط للمجلة جيدا: قبل تقسيم المواضيع على طلبة التربية الإعلامية، لنفكر بحجمها، وبالمساحة المتاحة لها، وبالصور المرافقة، ونضع تصورا معينا لتوزيعها على المساحة البيضاء.

١١. سنذكر دائما ألا نغرق المجلة بالزينة؛ لأن كثرتها تؤذي النظر، وتشتت أنظار القراء، مما يحد من تركيزهم وفهم المواضيع ومحتواها؛ مما يضيع رسالتنا... لذا سنكون معتدلين في استخدام الزينة.

ورقة عمل (أ)

* ما هي العناصر التي يجب توافرها في مجلة الحائط؟

١.

٢.

٣.

٤.

٥.

* أعلل ما يأتي:

١. لا ينصح بكتابة مواضيع المجلة يدويا بل يفضل طباعتها.

٢. تعد المجلة التي تزدحم فيها المواضيع ضعيفة ومنفرة للطلبة.

٣. من المهم جدا أن يتم تعيين أسرة التحرير للمجلة.

٤. لا يستحب إغراق المجلة بالزينة.

٥. يجب أن أفكر بالمساحة المتاحة، وكيفية توزيع المواضيع على المساحة الفارغة قبل أن أبدأ في العمل؟

ورقة عمل (٢)

لنجمع مواد صحفية، من أخبار وتقارير وصور، عن فريقي برشلونة وريال مدريد الإسبانيين، تم نشرها في صحف ومجلات فلسطينية أو مواقع إلكترونية، ونرتبها حسب الأهمية، أي حسب الآنية واهتمام القارئ، ثم لنقرر:

ما المواد الأكثر أهمية؟ وما المادة أو المواد التي سنضعها في البداية؟ أين نضع الصور؟ أين نضع الأخبار القصيرة؟ هل حجم العناوين كاف؟

لنأخذ ورقة بيضاء ونضع تصميما أوليا لهذه المواد. وبالطبع لن ننسى اسم مجلتنا، وأسرة تحريرها، والعناوين، والألوان، وتوزيع المواد حسب الشكل المتوازن أو المتماثل.

جيد جدا! لنحضر الآن كرتونة كبيرة لنصنع منها مجلة حائط ننفذ في إعدادها كافة الخطوات الضرورية للتصميم.

تصميم مجلة الحائط للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يعرف الطلبة أهمية تصميم المجلة وعناصرها المختلفة، ودور التصميم الجيد في جذب الطلبة لقراءة المواضيع.

المهارات: أن يتمكن الطلبة من تصميم مجلة حائط وفقا لبعض الأسس الإعلامية.

مواد ذات صلة: ترتبط مادة تصميم المجلة بمادة الأشكال الصحفية، حيث يتوجب على الطلبة أن يراعوا استخدام أكثر من فن صحفي ضمن المجلة.

جدول المدرب: ١ (٤٠ د)

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	تمرين: يوزع المدرب صحفا ومجلات مختلفة على الطلبة بعد تقسيمهم إلى مجموعات عمل. يطلب منهم إلقاء نظرة عليها والتفكير بالنقاط التالية: ١. ما هي المواد التحريرية وعناصر الإخراج المتوفرة؟ ٢. ماذا يرون في أعلى الصفحة الأولى؟ وما المواد المطبوعة هناك؟ ولماذا وضعت هناك؟ وماذا يرون في الوسط والأسفل؟ ٣. ليتصفحوا الصفحات الداخلية. ماذا سيلاحظون؟ ٤. ما هي ألوان العناوين والنصوص؟ ٥. ما حجم خط العناوين؟ ٦. أين يقع اسم مدير التحرير في الصحيفة؟ ٧. هل يلاحظون وجود مساحات بيضاء؟ ما انطباعهم عنها؟ يطلب المدرب من مجموعات العمل المختلفة أن تسجل ملاحظاتها على الأسئلة السابقة.	ينشط الطلبة. يعرف الطلبة أن هناك عناصر تصميم لمجلة الحائط، ويفهمون وظيفة هذه العناصر.	عمل مجموعات نقاش	صحف ومجلات وكرتون وأقلام.	يتعمق المدرب في طرح أسئلة إضافية مثل: ما تعليقك؟ ما رأيك؟ وهل يمكنك تطبيق هذه القواعد في مجلة الحائط؟ وكيف؟
١٥ د	يشرح المعلم مثال أحمد في الصفحة (١٠٥)، هدف التصميم ومعايير التصميم المختلفة بالتفصيل.	يعرف الطلبة أن هناك عناصر تصميم لمجلة الحائط، ويفهمون وظائفها.	شرح وعمل مجموعات		
٥ د	ثم يقوم المدرب بتوزيع ورقة عمل (١) في الصفحة (١٠٧) كواجب منزلي.	يفهم الطلبة عناصر التصميم.	عمل فردي	نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (١٠٧)	

الوحدة التعليمية ٢:

تعتبر ورقة عمل (٢) هي المحور الرئيس للوحدة التعليمية الثانية، وتحتاج إلى جمع مواد مسبقا. لذلك من الضروري إخبار الطلبة، ومنحهم وقتا مناسبا لجمعها. يمكن أيضا اختيار موضوع آخر يراه المدرب مناسبا ومثيرا للطلبة.

جدول المدرب: (٤٠ د)

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات ثم يوزع ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٠٨) ويشرحها. رسم مخطط تفصيلي	يستطيع الطلبة تصميم مجلة حائط وتطبيق الخطوات الضرورية.	عمل جماعي	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٠٨) ورق أبيض، وكرتون كبير.	يوضح المدرب للطلبة أن هناك أكثر من خيار لتصميم المجلة شرط الالتزام بقواعد التنسيق وتوزيع العناصر بشكل صحيح. والالتزام بالتصميم والتقسيم الذي يتم اختياره.
٣٠ د	إعطاء المجال لكل مجموعة من أجل تنفيذ ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٠٨).				

الوحدة التعليمية ٣: ٤٠ دقيقة

تعرض المجموعات تصميماتها، ويلي ذلك نقاش جماعي.

الإلقاء الإذاعي والتقديم



الإلقاء الإذاعي والتقديم للطلبة

كانت داليا كثيرا ما تشارك في مسابقات الإلقاء الإذاعي، وكانت تعتقد أنه كلما كان صوتها أعلى تكون فرصة فوزها في المسابقات أقوى. مضى على اعتقاد داليا ما يقارب العامين، وكانت حينها تفوز بالمرتبة الثالثة وأحيانا لا تحصل على أي مرتبة.

وبعد ذلك جلست معها مدربة التربية الإعلامية وقالت لها إن الإلقاء فن له قواعد، والصوت رسالة، وقوته وضعفه، وسرعته وبطؤه، والتلوين في حدته بين فترة وأخرى، هي عوامل جاذبة ومؤثرة بلا أدنى شك. وبعد أن أخذت داليا بنصائح مدربتها أصبحت المرتبة الأولى حليفتها في كل المسابقات؛ لأنها تعلمت طريقة الإلقاء.


إضــاءة:

الإلقاء هو نقل المعلومات بصوتنا عبر الإبطاء والإسراع في التقديم، وخفض الصوت وإعلائه، والتوقف عند علامة الترقيم النقطة (.) وعند علامة الترقيم الفاصلة (،)، مضيفين إلى الصوت لغة الجسد. فحركات اليد ونظرات العيون، تساهم في التأثير على من يسمعنا. وتجدر الإشارة إلى أن الإلقاء مهارة يمكن تطويرها لأي شخص إن أراد.

قدمت مدربة التربية الإعلامية لداليا شرحا مفصلا عن قواعد الإلقاء:

١. الإبطاء والإسراع في التقديم يعطي نغمة لصوتنا. إذا كنا نقرأ مواضيعنا بنبرة رتيبة فلن يصغي إلينا الناس. وخفض الصوت وإعلاؤه، يساعداننا على شد انتباه المستمعين. ولكن يجب ألا نبالغ في الإبطاء والإسراع أو إعلاء الصوت وخفضه.

٢. التوقف القصير يمنحنا الوقت لأخذ نفس، وتقسيم النص حسب الأفكار الموجودة فيه. لنقف حينما يكتمل المعنى من الجملة، وحين وجود علامة الترقيم فاصلة (،)، كما علينا أن نقف أيضا عند نهاية فقرة كاملة وعلامة الترقيم (.).

٣. لتكن مخارج حروفنا واضحة، يجب أن نعطي لكل حرف حقه، حتى لا يحدث أي خلل في المعني وحتى يفهمنا كل من يسمعنا.

٤. لغة الجسد مهمة، مع التركيز على حركات اليد ونظرات العيون. هذه الحركات تساعدنا على إيصال المعلومة بفاعلية أكبر، ولكن أيضا علينا ألا نكثر منها.

٥. لندقق مواضيعنا نحويا ولغويا. يمكننا أن نطلب من أصدقائنا الملمين بقواعد اللغة العربية، أو من معلمي اللغة العربية أن يساعدونا في تدقيق مواضيعنا نحويا ولغويا حتى لا نرتكب أخطاء تفقد جمهورنا ثقته بنا، وتشتتهم وتشتتنا.

٦. سنكون مستعدين، ونحضر جيدا، ونقرأ مواضيعنا عدة مرات. بإمكاننا أن نتدرب أمام المرآة، وننظر إلى أنفسنا وتعابير أجسادنا وأشكالنا.

واقترحت المدربة على داليا أن تعطيها أمثلة عملية لتطبق قواعد الإلقاء:

مثال (أ):

قال أحمد لابنه: أما يكفيك أن تذهب كل أسبوع إلى بيت جدتك؟ وتلعب مع أبناء عمومتك وترى أقاربك؟

مثال (٢):

إن عملية الفحص الدوري، تفيد في الكشف عن الأمراض مبكرا.

إضـاءة:

ينصح باستخدام الأسهم المرسومة بخط اليد لأعلى عند الكلمات التي أريد أن أرفع صوتي عندها، والأسهم للأسفل عند الكلمات التي أريد خفض صوتي عندها. أما عندما أريد أن أشدد على كلمة مهمة، فسأضع خطا تحتها (مثال ١ و٢)

مثال ٣:

التوقف عند الفاصلة والنقطة

يذهب أحمد يوميا إلى المدرسة، ويلتقي بأصدقائه بعدها، ثم يذهب إلى بيت جده مساء.

بينما تذهب أخته الصغيرة إلى الحضانة، ويحضرها جدها إلى بيته، لتجتمع كل العائلة هناك.

ولفتت المدربة انتباه داليا إلى أن طريقة الكتابة والتقديم أو العرافة لا يقلان أهمية عن الإلقاء، ويجب التركيز عليهما أيضا في الإذاعة المدرسية. وقالت لها:

بالطبع علينا التحضير للعرافة أو التقديم قبل بداية الإذاعة. يجب أن نكتب ترحيبا بالجمهور، ثم نعطي المستمعين رؤية عامة عن مضمون برنامجنا لهذا اليوم، نذكر فيه فقرات البرنامج وتسلسلها. كما من واجبنا أن نكتب مقدمة قصيرة عن كل فقرة. فمهمتنا أن نربط بين الفقرات المختلفة ونشوق المستمعين ونثير اهتمامهم ببرنامجنا.

مقدمة الموضوع تشرح أهميته، وتتضمن معلومات عنه. وأخيرا هناك الخاتمة. لنجعلها قصيرة قدر الإمكان، نشكر فيها الجمهور على حسن الاستماع. قبل التوديع بإمكاننا أن نشجعهم على متابعة برنامجنا في اليوم التالي فنشوقهم إليه.

داليا: هل هناك قواعد معينة لكتابة نص للإذاعة الصباحية؟

المدربة: بالطبع، يجب أن تكون الجمل واضحة ومحددة وقصيرة. هذا الأسلوب يسهل علينا الإلقاء، كما يسهل على الجمهور فهم النص الذي نقرأه.

أصبحنا الآن جاهزين للإلقاء.

ورقة عمل ١

أعزائي؛ لنضع علامات الإلقاء كالأسهم والنقطة والفاصلة، وخط التشديد.

ماذا تفعل كل يوم عندما ترجع من الدوام؟	أستفهم: يجب أن أشعر الناس بالسؤال في نبرة صوتي التي يجب أن توضح ذلك.
ما أجمل الحياة!	أتعجب: أتعجب من جمال الحياة، ويمكنني هنا مد الألف في «ما». وأينما وجدت علامة التعجب يجب أن أشعر الجمهور بها.
إياك إياك والكسل.	أوكد على شيء: أوكد على أهمية نبذ الكسل؛ فأشدد الياء لأشعر الجمهور بأهمية ما أقول، وألفت انتباههم. بإمكاني أن أضع خطا تحت الكلمة قبل الإلقاء لأتذكر أثناء الإلقاء أن علي تشديدها.
أبي.. من أسرة المحراث، لا من سادة نجب. وجدي كان فلاحا، بلا حسب.. ولا نسب!	أخفض صوتي وأرفعه. فهذه القصيدة يمكنني أن ألون فيها صوتي لألفت انتباه الجمهور. وعندما أقرأ جمل: «سادة نجب» و«لا حسب ولا نسب»، سأخفض صوتي إلى أدنى درجة يمكن سماعها، لن أخفضه إلى درجة لا تسمح للآخرين بسماعي أو فهم ما أقول... سأرفع فيما تبقى صوتي.
في القدس، رغم تتابع النكبات، ريح براءة في الجو، ريح طُفولة. ترى الحمامَ يَطِيرُ، يُعلِنُ دَوْلَةً في الريح بَيْنَ رَصَاصَتَيْنْ.	هنا في هذه الأبيات، سأقف وقوفا بسيطا عند الفواصل، وأقف وقوفا أطول عند انتهاء الجمل (.).

والآن سأكتب فقرة وأتدرب على إلقائها، وأضع علامات الإلقاء؛ كالأسهم والنقطة والفاصلة، وخط التشديد، وخطوط الإبطاء والإسراع كما في مثال رقم (١) في صفحة ١١٢.

ورقة عمل (٢)

* خطوات إنجاز الإلقاء والتقديم الإذاعي:

1. لنتأكد من أن طريقة كتابة النص مناسبة للإذاعة الصباحية، أي أن الجمل قصيرة وواضحة.
2. هل يحتوي النص على أدوات الترقيم؛ من فواصل ونقاط؟ هذه الأدوات تساعدنا على تقسيم النص إلى أفكار، وقراءته مع احترام علامات التوقف.
3. لنكتب الآن مقدمة لموضوعنا. نبدأ المقدمة بالترحيب بالجمهور، ثم نصوغ جملتين تثيران اهتمامه بالموضوع، ويمنحه بعض المعلومات عنه:

* ولكن لننتبه: المقدمة ليست خلاصة الموضوع

الترحيب، ثم المقدمة:

والآن لنكتب الخاتمة، وهي آخر جزء في التقديم أو العرافة، نقوم فيه بتوديع الجمهور، وشكره على حسن استماعه وتشويقه للاستماع إلى الإذاعة الصباحية التالية:

الخاتمة:

جميل جدا! لقد نجحنا في إنجاز تقديم إذاعي!



الإلقاء والتقديم الإذاعي للمدربين

الهدف

المعرفة: أن تتكون لدى الطلبة معرفة بالإلقاء.
أن يتعرف الطلبة على التقديم والكتابة الخاصة بالإذاعة الصباحية.

المهارة: أن يكتب الطالب نصا مناسبا للإذاعة الصباحية.
أن يلقي نصا إذاعيا كتبه بطريقة سليمة.
أن يكتب تقديما للإذاعة الصباحية أو تحضير العرافة.

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	«جرب إلقاءك» يطلب المدرب من كل طالب أن يجرب إلقاءه، وذلك عن طريق توزيع موضوع إذاعي مكتوب من سطرين، يقوم الطلبة بقراءته واحدا تلو الآخر. بعد الانتهاء من القراءة، يدخل المدرب مع الطلبة في نقاش عن شعورهم أثناء الإلقاء وأهم المشاكل التي يعانون منها.	ينشط الطلبة. يجرب الطلبة الإلقاء.	تمرين عملي	أقلام، ورق	يصلح هذا التمرين للمبتدئين يوضح المدرب للطلبة أن الإلقاء مهارة يمكن تطويرها وليست مرتبطة بأشخاص معينين.
٢٠ د	يشرح المدرب مثال داليا في الصفحة (١١٢).	يعرف الطلبة قواعد الإلقاء	شرح		

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٥ د	مسابقة: يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات ويكلف كل مجموعة بكتابة فقرة لا تتجاوز (٦) أسطر عن موضوع يحدده أعضاؤها، ثم يقومون باختيار واحد منهم ليقوم بإلقائه. تقوم كل مجموعة بالإلقاء، ثم يحدد المدرب من كتب أحسن فقرة وألقاها بشكل ممتاز ولماذا.	يفهم الطلبة قواعد الإلقاء. يستطيع الطلبة تطبيق قواعد الإلقاء.	تمرين عملي		يصلح هذا التمرين للمستويات المختلفة. يمكن أن يكلف المدرب الطلبة بتحضير الفقرة مسبقا، كواجب منزلي.

١٠ د	يناقش المدرب النصوص التي كتبها الطلبة، وتجربة الإلقاء التي خاضوها ويطرح عليهم الأسئلة التالية: • ما شعورك أثناء الإلقاء؟ • هل واجهتك صعوبة معينة في الأداء؟ أين؟ • هل الجمل طويلة أم قصيرة؟ هل هي مناسبة للقراءة؟ • ما الكلمات المهمة في النص؟ هل شددت عليها؟	يفهم الطلبة قواعد الإلقاء. يفكر الطلبة في طريقة إلقائهم والتحديات التي يواجهونها.	مناقشة		
٥ د	يوزع المدرب ورقة عمل (١) في الصفحة (١١٤) ويوضح أن هذه الورقة ستساعد الطلبة على التدرب على الإلقاء.	يستطيع الطلبة تطبيق قواعد الإلقاء.	تمرين عملي.	نسخ ورقة عمل (١) في الصفحة (١١٤)	هذه الورقة واجب مدرسي.

* اقتراح أسئلة إضافية للنقاش:

1. كم مرة عليك أن تتدرب على النص قبل الإلقاء؟

ليس هناك عدد محدد لعدد المرات التي يجب أن أتدرب على النص فيها، وعندما أشعر بأنني أجدت النص يمكنني إلقاؤه، وأدرك أن القدرات تختلف من شخص لآخر، ولكن مع مرور الوقت سيصبح عدد مرات التدريب أقل، والإلقاء أكثر سهولة.

2. ما نوع الجمل التي تكتب بها النص؟

جملة قصيرة واضحة محددة.

3. كم نوعا للتوقف في النص؟

هناك نوعان: ناقص، ويقع بين الجمل. وتام، في نهاية كل فقرة وفي نهاية النص.

4. هل يمكن أن يحدث الإبطاء والإسراع في جملة واحدة؟

نعم، قد يحدث الإسراع في بداية الجملة والإبطاء في نهايتها.

الوحدة ٣: ٤٠ دقيقة

يطلب المدرب من الطلبة إحضار نص قاموا بتحضيره للإذاعة الصباحية.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	يوزع المدرب ورقة عمل (٢) في الصفحة (١١٥).	يستطيع الطلبة تطبيق قواعد الإلقاء والتقديم أو العرافة.	تمرين عملي	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (١١٥)	
٢٥ د	يتبع الطلبة الخطوات المختلفة الموجودة على ورقة عمل (٢) في الصفحة (١١٥). يستعمل الطلبة الموضوع الذي حضروه كواجب مدرسي.		تمرين عملي		يمكن إنجاز هذه المهمة من الطلبة فرادى أو مجموعات عمل.

الإنترنت

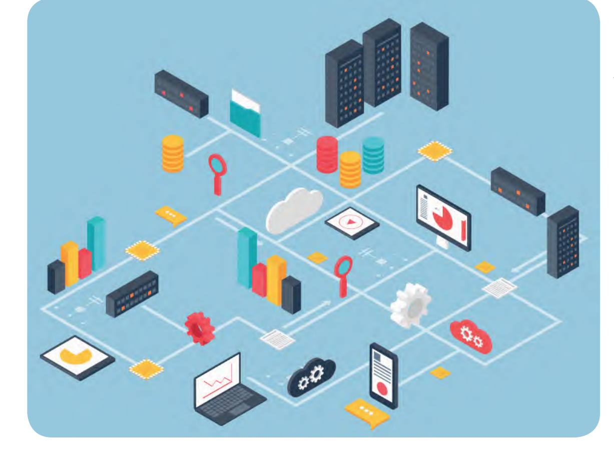


الإنترنت للطلبة

انضمت داليا إلى عائلتها التي تجمعت في غرفة الجلوس: وضع أخوها نديم بفخر حاسوبه المحمول الأسود الجديد على الطاولة ليريه لجميع أفراد العائلة. يقول نديم: أخيرا أصبح لدي جهازي الخاص. سأتمكن الآن من الدخول إلى الإنترنت متى أشاء!

تحلم داليا أيضا بامتلاك حاسوب خاص بها أو هاتف ذكي. ولديها صفحة فيسبوك تدخلها أحيانا من جهاز أمها أو أبيها، كما تتصفح من وقت لآخر موقع يوتيوب لمشاهدة فيديوهات مغنيها المفضل محمد عساف.

ولكن ما هو الإنترنت؟



* الإنترنت هو كمية كبيرة جدا من المعلومات، بل هو أكبر مصدر للمعلومات في العالم.

* المعلومات هي: صور وموسيقى ونصوص وفيديوهات وإيميلات، وإعلانات، وبرامج حاسوب، ومجلات وصحف، وكتب وألعاب.

هناك عدد كبير جدا من الحواسيب المرتبطة بعضها ببعض تتبادل هذه المعلومات، تسمى شبكة.

تعليمات التحرك في الإنترنت

شرحت معلمة داليا للطالبات كيفية عمل الإنترنت وشبهته بشبكة طرقات كبيرة. والبضاعة التي يتم نقلها بين المحطات المختلفة أو بين الحواسيب المختلفة هي المعلومات. سألت المعلمة الطالبات: كما تعرفون هناك قانون سير مثل الإشارات الضوئية أو الإشارات التي تحدد اتجاه السير. هل هناك قواعد بالنسبة للإنترنت أيضا؟

تذكرت داليا أن أمها تحذرها دوما من وضع صور عائلية على صفحتها في الفيسبوك، وذكر عنوانها ورقم هاتف البيت، أو من تنزيل صور تعجبها. هل هذا ما تعنيه المعلمة؟ ما رأيكم أنتم؟

بالطبع في الإنترنت هناك قواعد معينة مثل نظام السير على الطرقات تماما، على كل شخص يدخل أو يستعمل الإنترنت احترام قواعد استخدامه.



إضاءة:

يحتوي الإنترنت على كم هائل من المعلومات والصور والفيديوهات والآراء والنقاشات في مجالات عدة. إنه أمر جيد أن نحصل بسهولة على ما نريد بكبسة زر وبسرعة كبيرة. لكن يجب أن نعي أن ليس كل المعلومات المنشورة في الشبكة صحيحة، كما أنه يجب أن نلتزم بتعليمات معينة.

دعونا نتتبع سويا تعليمات التحرك في الإنترنت حتى نتمكن من الاستفادة منه في أنشطتنا الإعلامية بشكل فعال وآمن.

* احترام الخصوصية

تعني الخصوصية، مساحتنا الخاصة، التي نتحرك فيها بمفردنا أو مع أقرب المقربين منا، والمعلومات التي لا نريد أن يعرفها الجميع عنا، مثلا أن أحدنا يخاف من الظلام، أو أن الوالدين يتشاجران أحيانا. بالتأكيد نريد أن يحترم الناس خصوصياتنا، ونريد أن نقرر نحن ما يعرفه الآخرون عنا وماذا يرون منا.

إذا قام أحد المتطفلين بتصفح دفتر مذكراتنا الذي نخفيه عن الأعين واطلع على أسرارنا، فذلك أمر مزعج. أليس كذلك؟

الأمر مشابه أيضا في الإنترنت؛ فنحن لسنا في مأمن من المتطفلين والمستغلين لخصوصياتنا ومعلوماتنا وصورنا الشخصية، وحساباتنا المالية، وإنتاجاتنا الفكرية، **لذلك لا بد من اتباع إجراءات الحماية المختلفة تبعا للمواقع التي نزورها على الإنترنت ومنها:**

١. الحذر عند تحميلنا للبرامج من مواقع الإنترنت المختلفة، فبعضها يحتوي على برامج تجسس تكشف كلمة السر الخاصة بنا وترصد كافة تحركاتنا على أجهزتنا الشخصية.

٢. تجنب فتح الملفات المرفقة مع الرسائل الإلكترونية التي لا تثق بمصدرها، فقد تحتوي على فيروسات أو برامج تجسس.

٣. لنضبط إعدادات الخصوصية عند إنشاء حساباتنا ونختر درجة عالية من الأمان وفقا للشروط والخيارات المتوفرة.

٤. لنتجنب أيضا تسجيل عنوان بريدنا الإلكتروني بكثرة في المواقع التي تطلب إدخال بريد إلكتروني كي نحمي أنفسنا من سيل الرسائل غير المرغوب فيها.

٥. لنحذر عند تحميل البرامج والتطبيقات غير الموثوقة التي تطلب الدخول إلى صورنا وخصوصياتنا كشرط لتثبيتها على أجهزتنا، سواء الهواتف أو الحواسيب.

٦. لنحرص على تغيير كلمة السر لحساباتنا الشخصية بشكل مستمر.

٧. علينا التواصل ضمن النطاق المناسب؛ يجب أن نحدد الأصدقاء ومع من نتواصل ومن نريد أن يكون صديقا لنا.

٨. علينا أن نفكر قبل أن ننشر أخبارا خاصة أو صورا التقطناها لأفراد العائلة والأصدقاء. هل هم موافقون على ذلك؟

٩. هناك مشكلة القرصنة أو اختراق الحسابات على الإنترنت. دعونا نشارك زملاءنا في حال وقوع هذه المشكلة بنقل التجربة حتى يتوخوا الحذر.

* واجهت داليا مشكلة لها علاقة بالخصوصية، ربما نستطيع مساعدتها في حلها. فقد التقطت صورة لصديقتها تلعبان الشطرنج في النادي وفكرت أن تنشرها على صفحتها في فيسبوك وتفاجئ بها صديقتها. هل هذا مسموح؟ ولماذا؟ ما الحل؟ فلنناقش المشكلة وإمكانية حلها في الصف.

الملكية الفكرية



إضاءة:

إن إمكانية وصولنا بسهولة لكمية كبيرة من المعلومات في الإنترنت لا يعني أنها مشاع، وأن بإمكاننا استخدامها دون إذن مسبق. تعود ملكية كل صورة أو نص أو أغنية أو شريط سينمائي أو فيديو في الإنترنت إلى الشخص الذي قام بإنتاجها. ولا يحق لك تنزيلها أو استخدامها دون موافقة هذه الجهة.

قامت داليا مع صديقاتها بإنتاج فيديو عن حديقة المدرسة التي أنشأنها حديثا، ورفعنا الفيديو على موقع الفيسبوك الخاص بالمدرسة. هذا الفيديو ملكهن -صاحبات الفكرة وبذلن جهدا في تصويره وإنتاجه-. وبعد أسبوع اكتشفن أن الفيديو في موقع شخص آخر ينسبه إلى نفسه.

بالطبع فوجئت داليا وصديقاتها وفكرن: ما العمل الآن؟

دعونا نساعدهن في إيجاد حل.

عدم ترويج الأكاذيب والكراهية:

قال صاحب الدكان الذي يبيع أحسن فاكهة وخضار في البلدة لأحمد صباح اليوم إن شخصا ما كتب في الفيسبوك أن المنتجات التي يبيعها تالفة كما قام بشتمه. مع أن المعلومات عن تلف المنتجات غير صحيحة، ويخشى صاحب الدكان من انتشار هذه الكذبة بين الناس، وعزوف الزبائن عن شراء البندورة والخيار والحمضيات التي لديه.

نقل أحمد هذه الحادثة إلى أصدقائه، وتساءلوا فيما بينهم إذا وقع أحد في الصف أو المدرسة ضحية شائعة أو أكذوبة أو خطاب كراهية في الإنترنت؟ هل تعرفون أحدا أصبح ضحية ذلك؟ ما الحل في هذه الحالة؟



إضاءة

نشر الأكاذيب في الإنترنت وشتم الناس والتحريض عليهم، ممنوع تماما كما هو ممنوع في الحياة العادية.

* اختبر نفسك

يقوم أحمد بتصوير صديقيه ويقرر نشر الصورة على صفحته في الفيسبوك. هل هذا مسموح؟

١. نعم، لأن أحمد قام بالتصوير.
٢. لا، يجب على أحمد أن يسأل صديقيه ويطلب إذنا منهما.
٣. نعم مسموح، لا مانع من نشر صور، ولكن نشر فيديوهات ممنوع.

يقرر أحمد استعمال كلمة سر جديدة لصفحته في الفيسبوك. ما كلمة السر الأكثر أمانا؟

123456789
Ahmad2001
A1!2l%9pW

يقوم أحمد بتحضير موضوع لمادة اللغة العربية عن فن رسم الخط العربي. وجد صورة في الإنترنت رآها مناسبة. هل من المسموح أن ينزلها ويستعملها في موضوعه الذي سيعرضه في الصف؟

١. نعم، هذا مسموح، ففي الإنترنت كل شيء مسموح به.
٢. قبل تنزيل الصورة، عليه التأكد من مصدرها وهل يسمح هذا المصدر باستخدامها لأغراض معينة.
٣. لا، تنزيل الصور من الإنترنت ممنوع دائما.

تقوم داليا بتحضير موضوع في مادة العلوم عن الأشجار التي تنمو في فلسطين. في طريقها إلى المدرسة اكتشفت في الحديقة العامة شجرة زيتون قديمة جدا. فقامت بتصويرها بهاتفها الذكي لتستعمل الصورة في موضوعها. هل هذا مسموح؟

١. لا، عليها أن تطلب إذنا من البستاني المسؤول عن العناية بالشجرة.
٢. لا، فالتصوير في الحدائق العامة ممنوع منعا باتا.
٣. نعم، لأن داليا لا تجرح خصوصية إنسان ما.

الفيسبوك للطلبة

فكر أحمد بإنشاء مجموعة فيسبوك خاصة بأنشطة التربية الإعلامية في مدرسته، فتشاور مع زملائه الذين أعجبتهم الفكرة، وقرروا التوجه إلى مدرب التربية الإعلامية، الذي سرته هذه المبادرة الجديدة، واقترح أن يعقدوا لقاء يشرح لهم فيه عالم الفيسبوك وكيفية استغلاله للأنشطة المدرسية بالشكل الأمثل.



إضاءة:

الفيسبوك: هو موقع للتواصل الاجتماعي الذي تديره شركة الفيسبوك الربحية، ويتيح للمستخدمين خلق شبكة تواصل بين بعضهم بعضا وتبادل المعلومات والصور والفيديوهات والتعليق على المنشوارات والتحدث عبر الدردشة. وهناك مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي مثل تويتر، إنستغرام أو سنابشات.

سأل المدرب أحمد وأصدقاءه عن مدى معرفتهم بأسس حماية أنفسهم في الفيسبوك، فلم يعرفوها. فقدم المدرب لطلاب التربية الإعلامية شرحا عن إجراءات الحماية:

- لننتبه جيدا لإعدادات الحساب (الإعدادات العامة، والخصوصية، والأمان). يمكننا جعل حساباتنا الشخصية خاصة فلا يرى أحد ما بداخلها إلا أصدقاؤنا أو الذين نود إضافتهم. وهذا الخيار أفضل للحفاظ على خصوصياتنا. ولا ننسى كذلك خيارات الأمان التي يتيحها الفيسبوك.
- من الأفضل عدم تناقل الصور الشخصية جدا حتى عبر رسائل الدردشة. فالحسابات الشخصية دوما عرضة للاختراق الإلكتروني.
- لنكن حذرين من طلبات الصداقة التي يمكن اعتبارها غريبة. سنضيف أصدقاءنا وأقاربنا ومن نعرفهم فقط.
- لنحذر الروابط الغريبة أو التي تحتوي على إيحاءات جنسية سواء أكانت على صفحات الفيسبوك أو تلك التي يتناقلها بين الأصدقاء عبر الدردشة، فعادة ما تكون فيروسا.
- لننتبه للصفحات، وقبل أن نضغط زر الإعجاب لنتأكد من محتواها.
- لننتبه إلى المجموعات التي تنضمون إليها، فهناك مجموعات على الفيسبوك قد تكون لمحتالين أو تجارية غير موثوقة.
- لن نجلس لساعات طويلة على الفيسبوك لأنه يؤدي إلى الانطواء والعزلة.

قال المدرب: حان الوقت الآن لأطلعكم على كيفية فتح مجموعة في الفيسبوك فهي تختلف عن الحساب الشخصي بعض الشيء.

جلس أحمد وزملاؤه أمام الحاسوب، ودخلوا إلى الإنترنت، ثم إلى موقع المدرسة في الفيسبوك لعمل المجموعة، واتبعوا الخطوات الموجودة في ورقة عمل (٢).



إضاءة:

المجموعة في الفيسبوك: هي إحدى الخصائص التي يتيحها الموقع لمنتسبيه، وبإمكان أي شخص إنشاء مجموعة، وينضم إليها الأشخاص الذين لديهم اهتمامات معينة لمناقشة الأمور فيها.

سأل أحمد المدرب: هل يجب أن تكون المجموعة مفتوحة أم مغلقة؟ ولماذا؟

يجيب المدرب: يفضل أن تكون المجموعة مغلقة بشكل مستمر إذا كانت خاصة باجتماعات أسرة التحرير ومناقشة تقسيم المهام والتحضيرات لإعداد مجلة الحائط والإذاعة المدرسية. وغالبا ما تحمل المجموعات خاصية «مغلقة»، إذا كانت تهم أفرادا معينين في حقل معين.

أما إذا كانت المجموعة خاصة بنشر إنجازات النشاط الإعلامي للطلبة، يفضل أن تكون مغلقة في المرحلة الأولى ريثما يتم جمع محتوى كاف ومثير. ومن ثم تتم دعوة الأصدقاء من المدرسة أو من مدارس أخرى إليها.

ورقة عمل (1)

إنشاء حساب على الفيس بوك

دعونا نتبع الخطوات التالية لنفتح حسابا على موقع الفيسبوك:

*** الخطوة الأولى:**

لنتوجه إلى موقع فيسبوك من أحد محركات البحث، أو بإدخال العنوان مباشرة في المتصفح (البراوزر)، وسوف يتم فتح صفحة التسجيل الرئيسة.

*** الخطوة الثانية:**

ندخل الاسم الأول، واسم العائلة، وبريدنا الإلكتروني مرتين، ثم نختار كلمة مرور قوية، ونحدد تاريخ ميلادنا ونوعنا؛ ذكرا أم أنثى، ثم نضغط على فتح حساب في فيسبوك.

*** الخطوة الثالثة:**

دعونا نضغط على كلمة فتح حساب في فيسبوك، سينقلنا ذلك إلى داخل موقع الفيسبوك، وهنا سيطلب منا أن نقوم باستيراد الإيميلات الخاصة بأصدقائنا لإبلاغهم أننا قد سجلنا حسابا جديدا على الفيسبوك، ويمكننا تخطي هذه الخطوة بالضغط على تخطي هذه الخطوة.

*** الخطوة الرابعة:**

سيطلب الفيسبوك معلومات عنا، لنضغط على كلمة تخطي المشار لها.

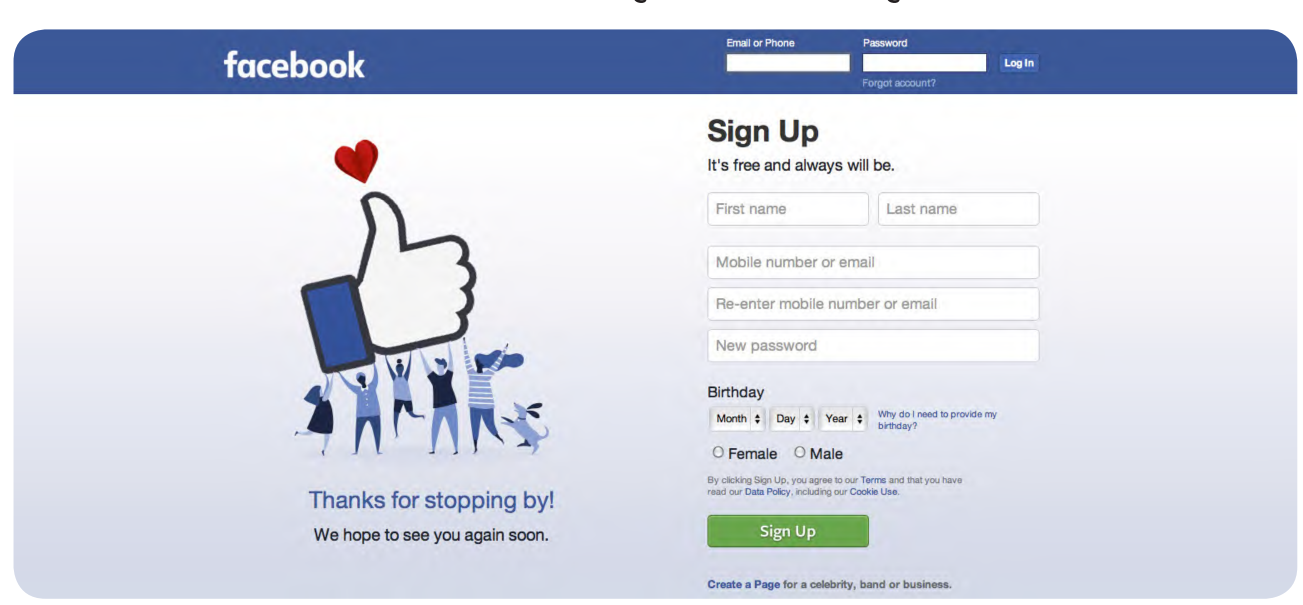
*** الخطوة الخامسة:**

يمكننا وضع صورتنا الشخصية ليتعرف علينا الأصدقاء، ويمكننا أيضا الضغط على كلمة تخطي المشار لها.

*** الخطوة السادسة والأخيرة:**

والآن نفحص البريد الإلكتروني الذي سجلنا به حسابنا على الفيسبوك، وسنجد رسالة تفعيل من الموقع. لنفتح هذه الرسالة ونضغط على رابط التفعيل الموجود فيها. وبذلك يكون لدينا حساب على موقع الفيسبوك.

* الصورة التالية تظهر خطوات فتح الحساب على موقع الفيسبوك.



ورقة عمل (٢)

لننشئ مجموعتنا على الفيس بوك

فلنقم بعمل مجموعة التربية الإعلامية من خلال اتباع الخطوات التالية:

- نتوجه أولا إلى صفحة الفيس بوك الرئيسة.

على يمين الشاشة (إذا كنت تستخدم فيس بوك بالعربية) يوجد قسم باسم المجموعات «Groups»، نضغط على إنشاء مجموعة "Create Group".

- تفتح نافذة صغيرة لتعيين اسم المجموعة وإضافة أشخاص إليها (يتوجب إضافة شخص واحد على الأقل) واختيار إعدادات خصوصيتها. نملأ المطلوب ثم نضغط على إنشاء «Create» .
- بمجرد أن ننشئ المجموعة، سيتم توجيهنا إلى صفحة المجموعة. وللبدء نضغط على زر الإعدادات في الجانب العلوي الأيسر من الصفحة ونحدد تعديل المجموعة. من هنا يمكننا إضافة وصف للمجموعة، وتعيين عنوان بريد إلكتروني للمجموعة، وإضافة صورة للمجموعة وإدارة أعضائها.

ويقدم موقع فيس بوك دليلا مفصلا لمعرفة المزيد عن المجموعات وخصائصها وخياراتها يمكنكم زيارة مركز مساعدة فيسبوك كما هو موضح في الصورة التالية:



الإنترنت للمدربين

تتضمن المادة الوحدات التالية:

* مدخل إلى الانترنت
* تعليمات التحرك في الإنترنت
* وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك نموذجا)

*** تنويه:** على المدرب أن يتأكد من مدى ضرورة أخذ موافقة الأهل في نشاطات لها علاقة بالتحرك في الإنترنت والفيسبوك.

الهدف:

المعرفة: أن تتكون لدى الطلبة معرفة بالإنترنت

أن يدرك الطلبة المسموح والممنوع في الإنترنت: الخصوصية، والملكية الفكرية، ونشر الأكاذيب، والتحريض على الكراهية.

المهارة: يكتسب الطلبة مهارة الدخول إلى الإنترنت وفهم الخطوات المختلفة.

أن يصبحوا قادرين على التحرك في الإنترنت بمسؤولية.

التفكر بكيفية الاستخدام الشخصي للإنترنت، خاصة كيفية التعامل مع الخصوصية.

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	لعبة كرة الصوف أو الورق: يطلب المدرب من الطلبة الجلوس على شكل دائرة ثم يعطي كرة الصوف لأحد الطلبة ويطلب منه الإجابة على سؤال أو أكثر مثلا: ما هو السيرفر؟ ما هو الحاسوب؟ ما هو محرك البحث؟ ما هو مستخدم الإنترنت؟ ما هو برنامج الحاسوب؟ ثم يمسك «السيرفر» بكرة الصوف، يعطيها لسيرفر آخر، ثم لبرنامج حاسوب، ثم لمحرك البحث، ثم لحاسوب وهكذا	يعرف الطلبة كيفية نشوء الشبكة ومكوناتها المختلفة.	لعبة تحفيزية	كرة من الصوف	تصلح اللعبة كمدخل لشرح الفيس بوك أيضا
١٥ د	يشرح المدرب مثال أحمد في الصفحة (١١٩). يطلب المدرب من الطلبة فتح المتصفح (البراوزر browser) ثم الدخول إلى موقع صحيفة فلسطينية أو موقع مسرح أو مدونة أو فريق رياضي أو موقع إخباري.	يستطيع الطلبة الدخول إلى الإنترنت وفهم الخطوات الضرورية المختلفة وتطبيقها.	شرح تمرين عملي	أجهزة حاسوب أو هواتف ذكية متصلة بالإنترنت	يمكن للمدرب تطبيق الدخول للإنترنت بشكل عملي أمام الطلبة أولا ثم يطلب منهم الدخول إلى موقع ما.

١٥ د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات مكونة من طالبين أو أكثر. ثم يطلب من كل طالب أو طالبة أن يسأل زميله الأسئلة التالية أو بعضها: • من أين تستخدم الإنترنت عادة؟ • كم من الوقت تقضيه على الإنترنت؟ • ما نشاطك المفضل على الإنترنت؟ ولماذا؟ ما موقعك المفضل؟ ولماذا؟ • هل يفيدك الإنترنت في إنجاز الوظائف المنزلية أو في التحضير للامتحانات؟ • هل يعلمك الإنترنت أمورا جديدة؟ ما هي؟ • هل يسمح لك أهلك باستخدام الإنترنت كما تشاء؟	يفكر الطلبة في استخدامهم للإنترنت.	عمل مجموعات نقاش	بطاقات ملونة أقلام	يتمكن المدرب من الحصول على معطيات حول مدى معرفة الطلبة بالإنترنت وآرائهم حوله ليتسنى له توجيههم وتوعيتهم بالطرق المثلى لاستثماره بشكل إيجابي سواء على الصعيد الشخصي أو لأغراض إعلامية ومدرسية. يقوم المدرب بمناقشة الطلبة حول إجاباتهم مع تقديم التوعية المناسبة مثال ذلك أضرار الجلوس مطولا على الإنترنت. عدم الوثوق بموقع ما يتابعه الطالب الخ.
خيار إضافي	تقسيم الطلبة إلى مجموعتين. المجموعة (١) تفكر بالأمور التي يستطيع الإنترنت القيام بها والمجموعة (٢) تفكر بالأمور التي لا يستطيع الإنترنت القيام بها. **مثلا يستطيع الإنترنت أن:** ١. يقدم لي صورا قديمة لمدينة القدس. ٢. يطلعني على أحدث الأخبار في فلسطين والعالم. ٣. يمكنني من الاتصال مع ابن عمي في عمان مجانا. **لا يستطيع الإنترنت أن:** ١. يضمن لي صحة المعلومات التي أجدها. ٢. يقدم لي كل الشرائط السينمائية مجانا. ٣. يقدم لي كوبا من الشوكولاتة الساخنة. ثم تعرض كل مجموعة ما توصلت إليه ويفتح المجال للنقاش.	يفهم الطلبة المعلومات ونوعيتها في الإنترنت. كما يدخل التمرين جوا حيويا إلى المجموعة.	إنتاج عملي جماعي ومناقشة جماعية	بطاقات ملونة وأقلام فوماستر	هذا الجزء يصلح أن يكون مدخلا للخوض في الجزء المتعلق بالخصوصية واحترام الملكية الفكرية.

الفيس بوك للمدربين

الهدف

المعرفة: أن يتعرف الطلبة على موقع التواصل الاجتماعي، فيسبوك، مميزاته وإجراءات الحماية الضرورية.

المهارة: أن يستعمل الطلبة الفيسبوك بمسؤولية.

أن يستخدموا الفيسبوك في أنشطة مدرسية: مثل التشبيك، وإنشاء مجموعات، والحصول على معلومات، ونشر محتوى النشاطات المدرسية الإعلامية، والتعريف بنشاطات مجموعات التربية الإعلامية، واستعمال الهاشتاغ (#).

التفكير بطريقة استعمال الفيسبوك شخصيا.

وحدة ١: ٤٠ دقيقة

قبل البدء بهذه الحصة التعليمية، على المدرب أن يستفسر من الطلاب المشتركين في الحصة إذا كان لأي منهم حساب على الفيسبوك. إذا كان أغلب الطلاب يملكون حسابا، فيخصص لقاء خاصا للطلبة الذين لا يملكون حسابا، ويشرح لهم كيفية إنشاء حساب استنادا إلى ورقة عمل (١) في الصفحة (١٢٣).

إذا كان أغلب الطلبة لا يملكون حسابا، فيشرح كيفية إنشاء حساب ضمن الحصة استنادا إلى ورقة عمل (١).

*** ملاحظة هامة:** غالبا ما يقوم الفيسبوك بتحديث الإعدادات بشكل دوري ولذلك يجب على المدرب أن يأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار عند طباعة الخطوات وأثناء الشرح.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	لعبة: هل سبق لك أن؟ يقف المتدربون أو يجلسون في شكل دائرة. يوضح المدرب أنه سيقول أشياء مختلفة قد تنطبق أو لا مع كل شخص. عندما ينطبق ما يقوله المنسق على شخص معين، يسرع هذا الشخص إلى الوسط، ويقفز في الهواء ويصفق يده بيد شخص آخر يكون أيضا قد تقدم إلى الوسط. على سبيل المثال: "هل سبق لك أن نشرت صورة مضحكة في الفيسبوك؟"، "هل قمت بإضافة أشخاص لا تعرفهم؟"، "هل تصفحت حسابات شخصية مختلفة على "الفيسبوك؟"، "هل فكرت بمدى أمان المعلومات التي تنشرها في فيسبوك؟".	يحفز الطلبة. يفكر الطلبة في كيفية استخدامهم للفيسبوك.	لعبة تحفيزية تنشيط جماعي	مكان مناسب	هذه اللعبة نشاط جماعي ممتع. وهي تصلح بشكل جيد للمجموعات الكبيرة. إذا طرحت أسئلة شخصية جدا من المكان أن تحرج الطلبة، يمكن للمدرب «إيقاف» طرح هذه الأسئلة عبر رسم إشارة «قف» بيده.

الوقت	النشاط	الهدف	الأسلوب	المواد	ملاحظات
١٠ د	يشرح المدرب مثال أحمد في الصفحة (١١٩).				انظر الملاحظة في بداية الجدول. في حال رغب المدرب أن يعمل مع الطلبة على إنشاء حسابهم الخاص على فيسبوك، أرجو استعمال ورقة عمل (١) في الصفحة (١٢٣) ونسخها للطلبة. يشرح المدرب ورقة عمل (١) باستخدام جهاز العرض الضوئي البروجكتور مع توزيع ورقة العمل التي توضح الخطوات مكتوبة ليتمكن الطلبة من تذكرها وتطبيقها. يجب أن يتم هذا التدريب في مختبر الحاسوب لكي يطبق الطلبة ورقة العمل فورا.
٢٠ د	يعد المدرب أربع ورقات كبيرة ويكتب على كل ورقة سؤالا من الأسئلة التالية: ١. لماذا أستخدم الفيسبوك؟ ٢. ما هي الأنشطة التي تعجبني على الفيسبوك؟ ٣. ما هي المحتويات التي أقوم بنشرها على الفيسبوك؟ ٤. ما هي الأشياء التي لا تعجبني في الفيسبوك؟ يعلق المدرب الأوراق في أماكن مختلفة من غرفة التدريب، ثم يطلب من الطلبة كتابة إجاباتهم على بطاقات ملونة ويعلقونها على اللوح الورقي، دون أن يتكلموا خلال قيامهم بذلك. ثم يقوم المدرب بمناقشة الملصقات من خلال طرح أسئلة على المتدربين: هل يمكن أن تشرح ما كتبت؟ هل بإمكانك ذكر أمثلة؟ لماذا ينتابك هذا الشعور؟	تقييم المعرفة السابقة للطلبة وآرائهم فيما يتعلق بالفيسبوك	عصف ذهني إنتاج ثم مناقشة جماعية	لوح ورقي أقلام	أثناء النقاش باستطاعة المدرب طرح المزيد من الأسئلة التي تهمه. على سبيل المثال كم هو عدد أصدقائك على الفيسبوك؟ كيف تتخذ قرار إضافة أحدهم؟ كم عدد مرات استخدامك للفيسبوك؟ وكم كان عمرك عندما انضممت إليه؟

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	يسأل المدرب الطلبة عن إجراءات الحماية التي يلتزمون بها أثناء استعمالهم فيسبوك وإنشاء حسابات فيه	يفكر الطلبة في عواقب استعمال فيسبوك. يعرف الطلبة قواعد وتعليمات لحماية خصوصياتهم في فيسبوك.	نقاش		
٢٠ د	يشرح المدرب مثال أحمد في الصفحة (١١٩) وإجراءات الحماية.		شرح		

الوحدة التعليمية ٣: ٤٠ د

يجب أن تطبق هذه الحصة في مختبر الحاسوب لكي يطبق الطلبة ورقة عمل (٢) مباشرة.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	شرح مثال أحمد وتطبيق ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٢٤). يقوم المدرب بتوزيع ورقة العمل. ومن خلال شاشة عرض (بروجكتر) يطبق المدرب الخطوات أمامهم خطوة بخطوة، ثم يطبقها الطلبة بأنفسهم.	يفهم الطلبة تعليمات إنشاء المجموعة في فيسبوك. يستطيع الطلبة إنشاء مجموعة في الفيسبوك.	شرح عمل فردي أو مجموعي لإنشاء المجموعة في فيسبوك.	نسخ ورقة عمل (٢)	ملاحظة هامة: غالبا يقوم الفيسبوك بتحديث الإعدادات بشكل دوري ولذلك يجب على المدرب أن يأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار عند طباعة الخطوات وأثناء الشرح.
٢٠ د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات تتنافس على طرح مخطط لمجموعة الفيسبوك. الأسئلة التالية تساعد الطلبة على تنفيذ المخطط: ١. ما اسم المجموعة؟ ٢. ما الهدف منها؟ ٣. من هم أعضاؤها؟ ٤. ما مضمونها؟ ٥. من يقوم بالمهام المختلفة فيها؟ ٦. هل المجموعة مفتوحة أم مغلقة؟ ٧. ما إجراءات الحماية والخصوصية في الفيسبوك التي سنتبعها؟ ٨. كيف يمكننا أن نروج لمنشوراتنا في مجموعتنا على الفيسبوك لنحظى بعدد أكبر من المتابعين؟	يفهم الطلبة كيفية الاستفادة من مجموعة الفيسبوك. عمل مجموعة إعلامية تربطهم ببعضهم إلكترونيا وتكون مساحة لنشر الإعلانات وكل ما يتعلق بأنشطة التربية الإعلامية.	مسابقة عمل مجموعي	لوح ورقي بطاقات ملونة أقلام	من المتوقع أن يكون الطلبة بحاجة إلى وقت أطول للعمل على مخطط المجموعة في الفيسبوك. من الممكن إعطاؤهم مهلة زمنية لإنجازها، ثم اللقاء ثانية، لكي تعرض كل مجموعة مخططها ويختار المدرب أو لجنة من المدربين والأساتذة المخطط الأفضل.

تعليمات التحرك في الإنترنت

الهدف:

المعرفة: يعرف الطلبة المسموح والممنوع في الإنترنت: الخصوصية، والملكية الفكرية، ونشر الأكاذيب والتحريض على الكراهية.

المهارة: يستطيع الطلبة التحرك في الإنترنت

يفهم الطلبة مسؤوليتهم في استخدام الإنترنت

يفكر الطلبة بكيفية استخدامهم الشخصي للإنترنت

الوحدة التعليمية ١: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الأسلوب المتبع	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٥ د	شرح مثال أحمد.	يعرف الطلبة عن وجود تعليمات معينة على مستخدمي الإنترنت الالتزام بها.	شرح		
٢٥ د	يتعمق المدرب في موضوع الخصوصية ويسأل الطلبة إذا كانوا يلتزمون بأي تعليمات لها علاقة بالخصوصية أثناء تحركهم في الإنترنت وما هي.	يفكر الطلبة في معنى الخصوصية وكيفية حمايتهم لأنفسهم في الإنترنت.	نقاش		
٥ د	يشرح المدرب مشكلة أحمد الذي التقط صورا لأصدقائه ويطلب من الطلبة التفكير في حل كواجب منزلي.	يطبق الطلبة الخصوصية.	عمل فردي		

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	يعرض الطلبة حلولهم لمشكلة أحمد. يناقش المدرب مع الطلبة الحلول المطروحة	يفهم الطلبة كيفية معالجة مشكلة تتعلق بالخصوصية في الشبكة.	عرض مناقشة		
١٠ د	يشرح المدرب موضوع الملكية الفكرية	يعرف الطلبة أن هناك تعليمات تخص الملكية الفكرية في الشبكة.	شرح		
١٠ د	يسأل المدرب الطلبة عن كيفية تعاملهم مع الملكية الفكرية في الإنترنت.	يفكر الطلبة في طريقة تناولهم للملكية الفكرية.	نقاش		

الوحدة التعليمية ٣: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	يشرح المدرب مشكلة أحمد وأصدقائه مع موضوع الملكية الفكرية ويسأل إذا واجهوا مشكلة مشابهة لمشكلة أحمد.	يفهم الطلبة موضوع الملكية الفكرية	شرح		
١٥ د	يطلب المدرب من الطلبة التفكير في حل بعد تقسيمهم إلى مجموعات	يفهم الطلبة موضوع الملكية الفكرية.	عمل جماعي		
١٥ د	تعرض المجموعات الحلول التي توصلت إليها. يناقش الطلبة هذه الحلول.	يطبق الطلبة موضوع الملكية الفكرية.	مناقشة		

الوحدة التعليمية ٤: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	يشرح المدرب مثال أحمد والبقال.	يعرف الطلبة أن نشر الأكاذيب وشتم الناس في الإنترنت ممنوع ويتعرفون على نتائج هكذا تصرف.	شرح		
١٥ د	يقسم المدرب الطلبة إلى مجموعات ويطلب منهم التفكير في حالات مشابهة شهدوها شخصيا أو شهدها أصدقاء لهم وتأثير ذلك على الضحايا. ثم يطلب المدرب منهم التفكير في نتائج ذلك والتفكير في حل.	يفكر الطلبة في مشكلة نشر الأكاذيب والتشهير وخطاب الكراهية ونتائجه.			
١٥ د	يعرض الطلبة التجارب المختلفة والحلول.	يستطيع الطلبة اقتراح حلول لهذه المشكلة.			

يستطيع المدرب تخصيص وقت إضافي لمناقشة ظاهرة خطاب الكراهية والتشهير والتحريض في الشبكة، إذا لاحظ أن هناك حاجة لذلك.

اقتراح لتطبيق الوحدات التعليمية السابقة في إنتاج ملصق أو قائمة إرشادات للإنترنت يمكن توزيعها أو لصقها في مكان بارز في المدرسة. يقوم الطلبة بتصميم الملصق، ثم يطرحون تعليمات ونصائح للطلبة بلغة بسيطة ومفهومة. كما يمكنهم تقديم مساعدة أو استشارات لطلبة آخرين في هذا المجال.

مادة إثرائية

* الإنترنت؟

إذا أردنا تعريف الإنترنت بما قل ودل فهو شبكة تربط الحواسيب بعضها ببعض حول العالم. وذلك عبر استخدام لغة تتحدثها كافة الحواسيب إذا جاز التعبير، وتعرف ببروتوكول التحكم بالإرسال. ومن هنا جاء مصطلح معرف برتوكول الإنترنت، وهي الجهة التي ترسل إليها المعلومات التي تتصفحها. وبهذه اللغة المشتركة، تنقسم المعلومات والبيانات إلى أجزاء صغيرة تعرف بالرزم packets التي ترسل عبر قنوات نقل المعلومات لتتاح في نهاية المطاف إلى الشخص الذي يطلع عليها.

* ما هي مميزات الإنترنت؟

إن الإنترنت في سيرورة من التغير والتطور. ويضع بين أيدي مستخدميه سبلا لا حصر لها للبحث عن المعلومات؛ مما يتيح للمستخدمين الوصول إلى مجموعة واسعة جدا منها والحصول عليها معززا بذلك قدراتهم البحثية. وكما سبق أن ذكرنا باقتضاب، لا توجد جهة مسؤولة عن الإنترنت؛ مما يعني أن الأفراد والمنظمات هم المسؤولون المباشرون عن المحتوى الذي ينشرونه على الشبكة. وسيسفر هذا الأمر عن غياب حماية المستخدمين، ولكنه في المقابل يعزز حرية التعبير على نطاق عالمي.

ويسفر غياب الرقابة التحريرية على الإنترنت عن انتشار الكثير من الشائعات والحقائق المجتزأة التي قد تبدو للوهلة الأولى كمعلومات مهمة ووثيقة الصلة بما نبحث عنه. علاوة على ذلك، سيخلق غياب الرقابة مساحة لخطابات الكراهية والإباحية والحث على العنف. في المقابل يتيح الإنترنت للأفراد، والأقليات، والجهات المهتمة بقضايا معينة، أن تعبر عن رأيها. كذلك يجسد الإنترنت ملتقى لمن تجمعهم اهتمامات أو تجارب مشتركة بغض النظر عن أماكن تواجدهم.

ويحفظ الإنترنت كافة المعلومات في شبكته كما لو كان قاعدة بيانات عملاقة؛ مما يعني أنه من الصعب محاولة محو أي شيء من الإنترنت بشكل كامل، فالإنترنت لا ينسى أبدا، ولكن يمكن جعل العثور على هذه المعلومات مأربا صعب المنال. أمام هذه المعطيات علينا التفكير مليا قبل نشر أي معلومات أو صور قد تعرضنا للخطر.

* من يملك الإنترنت؟

مباشرة ودون أي مقدمات، ما من أحد يملك الإنترنت لأنه «شبكة مؤلفة من شبكات». فما تمتلكه الشركات الخاصة والمنظمات ينحصر بشبكتها الخاصة التي ترتبط بملايين الشبكات الأخرى في الإنترنت.

* من هم الأطراف الأكثر تأثيرا في الإنترنت؟

رغم أنه ما من شخص بعينه أو منظمة بعينها تتحكم بالإنترنت، إلا أن هناك جهات وشركات لها تأثير كبير في عالم الإنترنت. ومنها مثلا مايكروسوفت، وآبل، وفيسبوك، وجوجل. ولكل منها أجندتها ودوافعها الخاصة كجني الأرباح، وجمع بيانات المستخدمين، إلخ.

ومن زمرة الأطراف ذات النفوذ في مختلف نواحي الإنترنت، الجهات التي تعمل على توفير أمان وسلامة الشبكة والمعاملات المالية التي تتم عبرها، أو الاتصالات أو خدمة الإنترنت بحد ذاتها، إضافة إلى مطوري البرامج والمنتجين.

* ما هو الجيل الثاني للويب وما الذي يميزه؟

يشار بالجيل الثاني للويب إلى المرحلة الثانية من تطور خدمات الإنترنت. في البداية كان مستخدمو الإنترنت يلجأون إلى الشبكة العنكبوتية لقراءة المعلومات فقط، لأن الإنترنت كان بطيئا وكانت خطوط الاتصال محدودة، مما صعب نشر أي محتوى على

الإنترنت دون معرفة لغة برمجة المواقع الإلكترونية. وهذا كان يجعل تصفح الشبكة أمرا معقدا جدا أو مستنزفا للوقت. ولكن وبفضل التقدم التكنولوجي غدونا نستطيع نشر معلوماتنا الخاصة من قصص، وتعليقات، وصور، وفيديوهات بمجرد نقرة على فأرة الحاسوب. لا بل أصبح إنتاج محتوى ما ومشاركته وقراءته عبر الإنترنت عادة يومية عند كثير منا. وأصبح بإمكان كل شخص أن يستخدم الإنترنت لنشر المعلومات كمشاركة الصور مثلا عبر حساب أو صفحة على فيسبوك أو في مدونته. علاوة على ذلك تمكن الجيل الثاني من الويب من محو الفارق تقريبا بين مستهلكي المحتوى وصناعه.

* ما هي شبكات التواصل الاجتماعي؟ وما يميزها؟

يمكن تعريف شبكات التواصل الاجتماعي على أنها مواقع وتطبيقات تسمح للمستخدمين بإنتاج المحتويات ومشاركتها مع شبكة واسعة من المستخدمين، أو فلنقل مع مجتمع افتراضي كامل. فكل ما على الشخص القيام به هو إنشاء حساب شخصي على إحدى هذه الشبكات أو جميعها، والتمتع بالتفاعل مع الآخرين، والتواصل معهم بشتى الطرق، ومنها مشاركة الصور والفيديوهات، والدردشة، بالإضافة لإنشاء مجموعات تضم أشخاصا تجمعهم اهتمامات مشتركة.

لقد باتت شبكات التواصل الاجتماعي أيضا غاية في الأهمية للعاملين في حقل الإعلام التقليدي كالصحف، والإذاعة، والتلفاز؛ لأن المستهلكين غدوا أكثر نزوعا للوصول والحصول على المادة الإعلامية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عوضا عن زيارة موقع الوسائل الإعلامية مباشرة. فإن أعجبهم المحتوى يشاركونه مع أصدقائهم عبر الإنترنت. وفي كلمة أخيرة عن ميزات وسائل التواصل الاجتماعي نقول إن الأخيرة قد غدت قناة مهمة لنشر الإعلام التقليدي ونشر ما يقدمه.

من الأمثلة على الجيل الثاني من الويب وشبكات التواصل الاجتماعي: فيسبوك، وتويتر، وإنستغرام، ويوتيوب، وفليكر، ولينكد إن، وبينترست. أما الجيل الثاني من الويب فيتضمن أنواعا أخرى من البرامج التفاعلية كالقيام بالأعمال المصرفية عبر الإنترنت، والتدوين، ناهيك عن أدوات مشاركة الملفات، والتبضع والشراء عبر الإنترنت.

* ما هي فوائد الشبكة العنكبوتية العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لك؟

صممت شبكات التواصل الاجتماعي بحيث تكون سهلة الاستخدام ومجانية. ولا تتطلب من المستخدمين أي مهارات خاصة لإنشاء حساب خاص والبدء بنشر المعلومات والتفاعل مع المستخدمين. وجزء مما ترنو له هذه الشبكات هو حثك كمستخدم على بناء علاقات مع الآخرين، كما وتمد لك يد العون في إيجاد مصادر وأشخاص يشاركونك ذات الاهتمام وبناء علاقات تعود عليك بالنفع؛ لأن جميع المستخدمين الآخرين بإمكانهم نشر المعلومات ومشاركتها بسرعة. لقد أعطت شبكات التواصل الاجتماعي الناس العاديين مثلك ومثلي، ونقصد هنا من لا يحترفون الصحافة والإعلام، منصة تمكنهم من رواية قصصهم ومناقشة ما يجول في عقولهم. في ذات السياق، يساعد الجيل الثاني للويب الأشخاص العاديين مثلنا على أن يصبحوا أكثر اطلاعا وتفاعلا مع الإعلام ومع ما يجري في المجتمع لأننا جميعنا قادرون على نشر التعليقات والروابط حول المعلومات التي نجدها في الإنترنت.

* ما هي مخاطر الشبكة العنكبوتية العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي عليك؟

تعمل شبكات التواصل الاجتماعي بفضل نشر ومشاركة مستخدميها وروادها لمعلوماتهم، وهنا علينا ألا ننسى أنها مفتوحة مما يمكن الآخرين من الاطلاع على هذه المعلومات. لذا يجب على المستخدمين توخي الحذر بشأن المعلومات التي ينشرونها عن أنفسهم. حيث تتباين المخاطر التي قد تحيط بنا كمستخدمين في هذا الفضاء المفتوح، فقد تكون المخاطر صغيرة جدا كأن يطلع شخص لا نعرفه على معلومات نشرناها عن أنفسنا مما يعتبر اختراقا لخصوصيتنا. وأحيانا تلجأ الشركات إلى الاطلاع على حسابات موظفيها على سبيل المثال لتأخذ انطباعا وتصورا عنهم من خلال ما ينشرونه ويشاركونه عبر الإنترنت. وقد تصل المخاطر لما هو أكثر من ذلك، على سبيل المثال، إذا أعلنت عبر حسابك عن موعد سفرك فقد تتعرض شقتك للسرقة أثناء غيابك.

وبما أنه من السهل نشر أشياء دون الكشف عن الشخصية الحقيقية لناشرها، فقد أصبح من السهل على قراصنة الشبكة العنكبوتية

نشر الآراء وجمع المعلومات لخلق حسابات مزيفة. أما المخاطر الرئيسة التي ينطوي عليها الجيل الثاني للويب فجلها يتعلق بسلامة المستخدمين وخصوصيتهم وأمنهم على الإنترنت. حيث قد يسفر نشرك لمعلومات عن نفسك في الإنترنت عن تعرضك لخطر القرصنة عبر إطلاع الآخرين على بياناتك دون إذنك، بعبارة أخرى كشف معلومات عنك تود إبقاءها خاصة.

* كيف يمكنك الحفاظ على سلامتك وأمنك على الإنترنت؟

بادئ ذي بدء عليك التفكير مطولا بالأمور التي تريد نشرها على الإنترنت. هناك العديد من شبكات التواصل الاجتماعي التي تمكنك من تعديل معطياتك الخصوصية لتحديد عدد الأشخاص الذين يمكنهم الاطلاع على ما تنشره. هناك أيضا خاصية حظر بعض الأشخاص. كما عليك استخدام كلمات سر قوية لا تقل عن 8 رموز من أحرف وأرقام وعلامات ترقيم. وإن لم تقم بذلك فغالبا ما ستتعرض للقرصنة عبر اقتحام حسابك الخاص، أي انتحال أحدهم لشخصيتك. إذا كنت مستهدفا في الإنترنت، أو رأيت شخصا يتم استهدافه، فالتقط صورة للشاشة screenshot، وأرسلها إلى الموقع أو الصفحة المعنية للإبلاغ عن الإساءة.

* ماذا عن أثر الشبكة العنكبوتية العالمية على المجتمع؟

تتهم شبكات التواصل الاجتماعي والجيل الثاني للويب بأنها ساهمت في اندثار مفهوم الخصوصية في المجتمع، حيث غالبا ما يشارك الأشخاص معلومات عن أنفسهم عبر الإنترنت أكثر مما قد يفعلونه خارج الإنترنت أو في الحياة العادية. كما يبدي بعضهم تخوفا كبيرا لانسحاب التواصل من أرض الواقع إلى فضاء الإنترنت، مما سيعود سلبا على طريقة التواصل الشخصي بيننا. ولكن شبكات التواصل الاجتماعي تتيح خدمة الاتصال السريع حول العالم، حيث تمكنت من لم شمل العديد من الأشخاص الذين ما كان بإمكانهم التواصل مع بعضهم لولاها ولولا الجيل الثاني للويب. وتمكن كل شخص من الوصول والحصول على مختلف المحتويات في الإنترنت ونشرها، مما يجسد خطوة في سبيل تعزيز الديمقراطية وحرية التعبير.

* ما الدور الذي يمكن للشبكة العنكبوتية العالمية ومواقع التواصل الإجتماعي أن تسم به العملية الديمقراطية؟

لقد بلغت شبكات التواصل الاجتماعي مبلغا جعل منها فضاء رحبا وإيجابيا للنشاط السياسي. حيث تتيح هذه الشبكات الاحتكاك المباشر بين السياسيين وناخبيهم، وتوفر للناخبين متابعة وثيقة لنشاطات السياسيين عبر الإنترنت. ويمكن استعمال شبكات التواصل الاجتماعي أيضا للربط بسرعة بين مجموعات كبيرة من الأشخاص، أي إنها تستخدم لإعلام الناس وحشدهم. ويجسد استخدام هذه الوسيلة لهذه المآرب تحديا لمجراها الطبيعي، حيث أمسى الناس قادرين على الوصول إلى المعلومات والأخبار عبر الإنترنت، وتنظيم الاحتجاجات والمظاهرات. في المقابل يتيح هذا النوع من الشبكات للحكومات أيضا الاضطلاع بمستوى أكبر من الرقابة على المواطنين.

وأخيرا، ورغم تذليل شبكات التواصل الاجتماعي والجيل الثاني للويب الطريق للجماعات السياسية لنشر رسائلها بسرعة، إلا أنها تمكنها أيضا من نشر الفرقعات الإعلامية كذلك.

* المصادر:

* www.teach-ict.com
* www.epthinktank.eu

التصوير والقصة المصورة



التصوير الفوتوغرافي للطلبة

ذهبت داليا إلى المدرسة يملأها الفرح؛ فقد أهداها أهلها بمناسبة عيد ميلادها هاتفا ذكيا طالما كانت تحلم به. وفكرت: أخيرا سأتمكن من التقاط الصور التي أريدها، وربما يمكنني نشرها في مجلة الحائط، أو في مجموعة الفيسبوك الخاصة بالتربية الإعلامية؛ لأغطي مواضيع تهمنا بالصورة أيضا وليس فقط بالنص.



الصورة الفوتوغرافية: هي شكل فني وصحفي ينقل معلومات دون كلمات، ويخاطب مشاعرنا ويؤثر علينا.

عرضت داليا هاتفها الذكي على زميلاتها اللواتي أخبرنها أن التصوير يبدو سهلا للوهلة الأولى، لكنه يتطلب الالتزام بقواعد معينة. ذهبت داليا إلى مدربة التربية الإعلامية لتستفسر، فشرحت لها القواعد التالية:

طريقة إمساك الكاميرا:

أمسك الكاميرا بشكل عرضي، وآخذ مساحة مريحة تسمح لي بالتقاط الزاوية المناسبة للصورة.

موضع الكاميرا من الهدف:

إذا كانت الكاميرا قريبة من الهدف فأنا حينها أقصد الإيضاح والتركيز على أهميته، وكلما ابتعدت عن الهدف أصبحت أهميته بالنسبة لمكونات الصورة الأخرى أقل.

الحدة والتضبيب:

وأعني بذلك تحديد بؤرة تركيز الصورة.

الإضاءة والإيضاح:

أعتمد على الضوء الطبيعي فهو دوما الأفضل، وأحاول دوما تفادي استعمال الفلاش.

صور المشاهد الطبيعية:

الأفق ومكانه في الصورة: أحاول ألا يكون الأفق في منتصف الصورة، وإنما في الثلث الأعلى أو الأسفل.

الصور الشخصية:

هناك أحجام مختلفة للقطات المختلفة، منها اللقطة الشخصية القريبة، والمتوسطة أو البعيدة. وأنصح ألا يكون الشخص في منتصف الصورة.

الحركة:

أركز على الصور المتحركة أو تحريك الكاميرا.

عمق الصورة:

المسافة داخل الصورة التي تكون فيها الأشياء واضحة وحادة التفاصيل، وبقية تفاصيل الصورة ضبابية.

كما وجهت أنظارها إلى قاعدة الأثلاث:

توصي «قاعدة الأثلاث»، بتعميق جاذبية الصور إذا كانت الأهداف عند نقاط التقاطع التي يمكن تحديدها عند تقسيم الصورة لأثلاث كما هو موضح في الصفحة ١٤٨. ولا نقصد بما سبق أن الهدف بالضبط عند نقطة التقاطع، ولكن ينبغي أن يكون قريبا منها إلى حد ما. حاول بتركيبين أو أكثر العثور على ما يعجبك. في المثال على اليسار، يقع الأفق على مقربة من نقطة التقاطع، والمناطق المظلمة هي في الثلث الأيسر من الشبكة، والمنطقة المضاءة في الثلث الأيمن.

خطوة بخطوة

هذه الخطوات ستساعدنا في التقاط صور جملية وواضحة باستخدام الهاتف الذكي:

أولا: أتعرف على هاتفي

أتعرف على الخصائص المختلفة التي تتمتع بها الكاميرا في هاتفي الذكي، وعلى الخيارات الإضافية في الهاتف، التي تتعلق بالكاميرا وإعداداتها. ومن الضروري أن أحفظ أماكن الأزرار المهمة لأشغلها بسرعة عند الحاجة.

لأجرب التقاط العديد من الصور في ظروف مختلفة لاختبار الخيارات الأفضل لكل بيئة.

ثانيا: أجرب دون وميض «فلاش»

من الأفضل أن أقلل من استخدام الفلاش، ولن أستخدمه إلا في حالة الإضاءة غير المتوازنة.

ثالثا: سأتحرك

سأقترب من الهدف الذي أود أن أصوره، وأقلل من استخدام التقريب الرقمي (الزوم)؛ لأن الصورة تفقد وضوحها عند استخدامه، خاصة في الهواتف الذكية.

رابعا: أحسن لقطة

مرة أخرى سأتحرك وأحدد الزاوية الأنسب والأجمل للصورة، سأتحرك مع الهاتف لأجد أجمل زاوية.

خامسا: بالعرض

سأحاول أن أبقي هاتفي ساكنا دون أي تحريك أثناء التقاط الصور، وسأصور بالعرض. ولأتأكد من توازن الصورة والهاتف بين يدي، سأبقي ذراعي قريبتين من جسدي، ثم ألتقط الصورة.

سادسا: أين الشمس؟

سأجعل الشمس أو أي مصدر آخر للإضاءة، كالشباك أو المصابيح، ورائي أثناء التصوير، وسأتذكر مرة أخرى أن أفضل الصور هي التي ألتقطها بإضاءة طبيعية.

سابعا: لا بأس

توفر الهواتف الذكية العديد من التطبيقات التي تحسن من جودة الصورة وشكلها، فلا بأس أن أستخدمها لتحرير صوري، بإضافة تأثيرات، وتعديل الإضاءة.

ثامنا: تصويري!

لا تجوز سرقة جهود أي شخص! ولكل صورة "ملكية فكرية"، هي حق للشخص الذي أنجزها أو التقطها، وعليه لا يجوز لي أن أنشر صورة وأنسبها لنفسي، إلا إذا كنت أنا من صورها أساسا.

تاسعا: هل يمكنني أن أصور؟

إن احترام خصوصية الآخرين من آداب التصوير في الأماكن الخاصة والعامة. سأطلب الإذن بالتصوير، وأسمح لهم أن يشاهدوا الصورة التي التقطتها على الهاتف أو أرسلها لهم. وإذا طلبوا عدم نشرها فسأحترم طلبهم.

* اختبر نفسك

1. المشاع الإبداعي ماركة مشهورة تنتج الأحذية والحقائب الثمينة. هل هذا صحيح أم لا؟ أشرح المشاع الإبداعي.
2. بعد انتشار أجهزة التصوير الرقمية سهلة الاستعمال، لم تعد هناك قواعد معينة لتكوين الصورة من الضروري الالتزام بها. هل هذا صحيح أم لا؟
3. ما هي قاعدة الثلث أو الأثلاث؟

ورقة عمل (1)

* لنصف الصورة عبر استكشاف المعلومات التي تتضمنها وبالإجابة عن الأسئلة الست:

من؟ ماذا؟ كيف؟ كم؟ متى؟ أين؟ لماذا؟

دعونا نصف انطباعاتنا العاطفية تجاه الصورة بشكل موضوعي، مستعينين بالكلمات الموجودة في الجدول:

* وصف عاطفي وشخصي

* وصف موضوعي

مضيئة	غير اعتيادية	مملة	ذات عمق
عصرية	أسود وأبيض	تشعر بالدفء	حيوية
صور مضببة	درجة التباين بين الإضاءة والظل منخفضة	صورة قريبة	حالة
حزينة	عاطفية	قديمة الطراز	جميلة
ملونة	داكنة	سطحية	باردة
قبيحة	واقعية	اعتيادية	مفيدة
لا حيوية فيها	منفرة	حادة	طريفة
مثيرة	ذات درجة تباين مرتفعة بين الإضاءة والظل	خالية من العواطف	شاملة



ورقة عمل (٢)

رائع! لقد التقطنا العديد من الصور بلقطات مختلفة للهدف نفسه. دعونا الآن نقيم الصور التي التقطناها حسب الجدول التالي:

قواعد تكوين الصور	وسط	جيد	جيد جدا
طريقة إمساك الكاميرا: هل الصورة حادة؟ هل تعرضت الكاميرا للاهتزاز أثناء التقاط الصورة؟			
الحدة والتضبيب: هل ركزنا على الهدف أثناء التصوير؟			
الإضاءة: هل تمكنا من استعمال الضوء الطبيعي؟ هل الإضاءة متوازنة؟			
صور المشاهد الطبيعية: هل فكرنا في موقع الأفق في الصورة؟ هل هو مناسب؟			
الصور الشخصية: ما اللقطة التي خططنا لأخذها؟ هل تمكنا من أخذ اللقطة المناسبة؟ هل هي قريبة مفصلة؟ هل هي بعيدة شاملة؟ هل هي متوسطة؟			
مقدمة الصورة وخلفيتها: هل تمكنا من إعطاء الصورة عمقا عن طريق ضم عناصر في المقدمة أو الخلفية؟			

ورقة عمل (٣)

أبحث عن صور في الإنترنت عن المواضيع التالية:

الرياضة، البيئة في منطقة البحر المتوسط، الطبخ المحلي، المواصلات العامة، التكنولوجيا.

أبحث عن صورة واحدة في كل موضوع على شبكة الإنترنت يمكن تنزيلها ونشرها دون انتهاك حقوق الطبع والنشر والملكية الفكرية:

التصوير الفوتوغرافي للمدربين

الهدف

المعرفة: يكتسب الطلبة معرفة بقواعد تكوين الصورة الفوتوغرافية وتأثير الصور.

يكتسب الطلبة معرفة عن حقوق الملكية الفكرية الخاصة بالصور في الإنترنت.

المهارة: يمكن للطلبة التقاط صور حسب قواعد تكوين الصورة الفوتوغرافية.

يفكر الطلبة في تأثير الصور عليهم.

يمكنهم اختيار صور من الإنترنت واستخدامها مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية (الإبداع المشاع).

مواد ذات صلة: أخلاقيات العمل الصحفي، التحرك في الإنترنت

لتنفيذ هذا المحور، يحتاج الطلبة إلى أجهزة تصوير رقمية أو هواتف ذكية. ولا يشترط أن يكون بحوزة كل طالب جهاز.

الوحدة التعليمية ١: ٤٠ د

هذه الوحدة تمهيدية وتركز على التفكير ولا تحتاج إلى أجهزة تصوير.

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
١٠ د	«تك تاك بوينغ» يقف الجميع في دائرة، ويتقمص كل طالب على التوالي دور المصور ويختار المصور الشخص الذي يريد أن يصوره، بحيث يترك لكل شخص حرية قبول تصويره أو الرفض على أن يتاح للجميع فرصة تقمص دور المصور الفوتوغرافي. ويتم التقاط الصور بكاميرا وهمية، أي من خلال استخدام اليدين وتقليد صوت الكاميرا بصوت عال عند الضغط على زر التقاط الصور. ويجب اتباع القواعد التالية في تقليد الأصوات: يصدر المصور صوت «تك» عند التقاط صورة قريبة، وصوت «تاك» عند تصوير شخص يقابله في الدائرة، و«بوينغ» عند رفض الطالب أن يكون هدفا للصورة. تجدر الإشارة لضرورة إسراع إيقاع اللعبة، بعد التثبت من إلمام الجميع بقواعدها.	ينشط الطلبة ويتهيأون لموضوع الصور.	لعبة تحفيزية تنشيطية	مكان كاف للوقوف في دائرة	اقتراح لعبة تحفيزية بديلة: التجمد: يتجول الطلبة والمدرب في المكان بشكل عشوائي. ويتأكد المدرب من أن الطلبة لا يقومون بتكوين مجموعات ويسيرون في اتجاهات شتى. ثم يطلب منهم أن يتقمصوا حالة محددة مثل الغضب، أو التوتر أو السعادة، مظهرين إياها على تعابير وقسمات وجوههم وبعد برهة من الوقت يهتف المدرب «تجمدوا» ليقف كل طالب في مكانه. ويسمح هنا فقط للمدرب بالتجول والتقاط الصور (الافتراضية) أو بأن يقوم هو نفسه بالتجمد في مكانه أيضا. ويقوم الشخص الذي تم تصويره باختيار التعبير العاطفي الذي على الآخرين تقمصه كذلك هو الذي يأمر الجميع بالتجمد في أماكنهم.
١٠ د	يمهد المدرب لموضوع «التصوير الفوتوغرافي» عبر طرح بعض الأسئلة حول الخبرات السابقة للطلبة: - أين ترى صورا فوتوغرافية في حياتك اليومية؟ وما هي موضوعاتها؟ - هل تتذكر صورة تركت لديك انطباعا قويا؟ ما الانطباع؟ ما الصورة؟ - هل أنت مصور فوتوغرافي نشط؟ إذا كانت إجابتك نعم فما هي مواضيع صورك؟	يفكر الطلبة في تأثير الصور عليهم ومكانها في حياتهم اليومية.	نقاش		

٢٠ د	يوزع المدرب المجلات والصحف على الطلبة، كما يوزع عليهم ورقة عمل (١) في الصفحة (١٣٨) التي يشرحها لهم قبل البدء بالتنفيذ. على المدرب أن يشرح بالتفصيل المقصود من الوصف الشخصي/العاطفي للصورة والوصف الموضوعي. من الأفضل أن يعطيهم أمثلة على ذلك قبل البدء بتنفيذ ورقة عمل (١).	يفكر الطلبة بالأثر العاطفي للصور يحلل الطلبة الصور يعرف الطلبة أسسا لتقييم الصور	مناقشة	مجلات أو صحف تتضمن صورا فوتوغرافية نسخ ورقة عمل (١)	من المهم أن يكون هذا العمل فرديا ليفكر كل طالب على حدة بالتأثير العاطفي للصور عليه. يمكن أن يطلب المدرب من الطلبة في وقت سابق إحضار صور تعجبهم. يمكن أن يحضر المدرب صورا مختلفة لعرضها على الطلبة ومناقشتها. تتم مناقشة نتائج ورقة عمل (١) في الحصة التالية.

الوحدة التعليمية ٢: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٤٠ د	يعرض كل طالب الصورة التي اختارها من الصحيفة أو المجلة ويصفها بشكل عاطفي/ شخصي وبشكل موضوعي. ويفسح المدرب المجال للطلبة الآخرين بالإدلاء بآرائهم.	يفكر الطلبة بالأثر العاطفي للصور يحلل الطلبة الصور يعرف الطلبة أسسا لتقييم الصور	عرض مناقشة		

الوحدة التعليمية ٣: ٤٠ د

لتنفيذ هذه الوحدة التعليمية، يحتاج الطلبة إلى آلة تصوير (ولا مشكلة من استعمال الهاتف الذكي)

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	يشرح المدرب مثال داليا وقواعد تكوين الصورة.	يعرف الطلبة قواعد تكوين الصورة	شرح		للمزيد من المعلومات عن قواعد تكوين الصورة، انظر آخر هذا المحور.
٢٠ د	يقسم المدرب الطلاب إلى مجموعات عمل. يجب أن يكون بحوزة كل مجموعة آلة تصوير أو هاتف ذكي. يطلب المدرب من المجموعة التقاط صور وتطبيق القواعد التي شرحها. يوجه المدرب أنظار الطلبة إلى أن يستخدموا صورا ولقطات مختلفة. ثم يطلب منهم تقييم الصور حسب ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٣٩).	يفهم الطلبة قواعد تكوين الصورة يستطيع الطلبة تطبيق قواعد تكوين الصورة	تمرين عملي	آلة تصوير رقمي أو هاتف ذكي نسخ ورقة عمل (٢)	

الوحدة التعليمية ٥: ٤٠ د

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	يطرح المدرب الأسئلة التالية على الطلبة ويسألهم عن آرائهم: ماذا تعني عبارة «حقوق الطبع والنشر» والملكية الفكرية؟ هل يسمح بتنزيل الصور من الإنترنت؟ هل يسمح بنشر الصور التي نزلت من الإنترنت، مثلا من الفيسبوك؟	يفكر الطلبة باستخدامهم للصور في الإنترنت.	شرح مناقشة		هناك مزيد من المعلومات عن موضوع الملكية وحقوق النشر في مادة أخلاقيات العمل الصحفي والإنترنت.
١٥ د	يشرح المدرب للطلبة الفرق بين الاستخدام الشخصي للصور والنشر، ويعرض عليهم المشاع الإبداعي وكيفية استخدامه.		عرض شرح	إنترنت، جهاز العرض الضوئي "بروجيكتور"	
٥ د	يشرح المدرب ورقة عمل (٣) في الصفحة (١٤٠) ويطلب من الطلبة تطبيقه في البيت.	يستطيع الطلبة استخدام المشاع الإبداعي	شرح	نسخ ورقة عمل (٣)	

رخصة المشاع الإبداعي: وهي رخصة تقنن وتشرع استخدام وتوزيع المواد الأصلية (حقوق المؤلف).

حقوق الطبع والنشر: الحق الحصري لإنتاج أو نشر نسخ من مادة أصلية.

المشاع الإبداعي «creative commons" : منظمة غير ربحية قامت بتطوير قواعد بسيطة ونماذج ترخيص للمستخدمين لتحرير وتبادل المواد على الإنترنت بشكل قانوني دون التعدي على حقوق الملكية الفكرية والطبع والنشر.

معلومات حول المشاع الإبداعي على الموقع الإلكتروني التالي: https://creativecommons.org

مواقع الصور المجانية التي لا تشترط الإشارة إلى المصدر

- morguefile: https://morguefile.com/
- pixabay: https://pixabay.com/
- freeimages: http://www.freeimages.com/
- stockvault: http://www.stockvault.net/
- picjumbo: https://picjumbo.com/
- freerangestock: https://freerangestock.com/
- publicdomainpictures: http://www.publicdomainpictures.net/
- rgbstock: http://www.rgbstock.com/
- pickupimage: http://pickupimage.com/
- photogen: http://www.photogen.com/

مادة إثرائية

فيما يلي مجموعة من المبادئ التي تؤثر على تكوين الصورة:

١. **حمل الكاميرا**: العثور على موقع جيد وثابت.
٢. **نطاق رؤية الكاميرا**: ويقصد به موضع الكاميرا بالنسبة للهدف.
٣. **الحدة والتضبيب**: تحديد الجزء الذي يتم التركيز عليه في الصورة.
٤. **وضعية الكاميرا وزاوية الرؤية**: يسهم في اكتشاف منظور جديد واستثنائي لرؤية الهدف.
٥. **الضوء والتعريض الضوئي، الفلاش والضوء الخلفي.**
٦. **المناظر الطبيعية**: تطوير مدارك حول الكيفيات المختلفة لالتقاط صور للمشاهد والمناظر الطبيعية.
٧. **الصور الشخصية**: تطوير تصور المتدربين حول الطرق الجيدة والسيئة لالتقاط صورة شخصية.
٨. **الحركة**: التركيز على الصور المتحركة أو حركة الكاميرا.
٩. **المقدمة والخلفية**: التلاعب بالمنظور الذي يرى المتلقي الصورة من خلاله.

* قواعد تكوين الصور ١

١. وضعية حمل الكاميرا

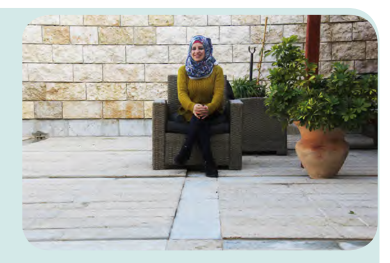
يجسد حمل الكاميرا بثبات أساس الحصول على صور حادة. وللحيلولة دون اهتزاز الكاميرا، أو تشويشها أو انحراف الصورة. فمن الأفضل حمل الكاميرا بكلتا اليدين، كذلك من الجيد أحيانا وضعها على قاعدة صلبة.

٢. نطاق رؤية الكاميرا

يحدد نطاق رؤية الكاميرا المسافة بين الكاميرا والشيء المراد تصويره أي الهدف. وهناك نطاقات رؤية مختلفة في كل مجال مثل التصوير والأفلام وألعاب الفيديو. ولكل نطاق رؤية استخدام معين. على سبيل المثال، اللقطات الطويلة تعطي الكثير من المعلومات للمشاهد، مثل زمان ومكان التقاط الصورة، أما اللقطات عن قرب واللقطات التفصيلية فتخاطب العاطفة أو تسوق عين المشاهد لهدف الصورة. لذلك فكلما تنوعت نطاقات الرؤية في عرض الشرائح ازدادت إثارة وجذبا.




لقطة طويلة جدا: مشهد بعيد

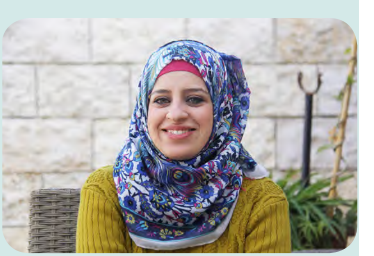


لقطة عن بعد



لقطة قريبة: تظهر الشخص أو الشيء كجزء من محيط

لقطة كاملة: صورة الجسم كامل لإظهار الحركة



لقطة متوسطة: تظهر الشخص حتى الخصر، مثل لقطة لأناس يتحدثون



لقطة عن قرب: لقطة كاملة لوجه الشخص تظهر التعابير الدقيقة



لقطة تفصيلية: صورة للعيون، أو الفم، أو تفاصيل الشيء

٣. الحدّة والتضبيب

قبل التصوير يجب البت في الأشياء التي نود إظهارها حادة. وغالبا ما يخصص تركيز الصورة على مركزها أو هدفها. ولكن إذا لم يكن الشيء الرئيس (على سبيل المثال الشخص) في المركز، يجب معرفة أي جزء من الصورة ترغب في أن يكون حادا.

آلية العمل: إذا كنت تريد أن يكون شيئا خارج مركز الصورة ليكون حادا، يجب وضعه في التركيز - اضغط على الغالق لمنتصف المسافة وحرك الكاميرا إلى موقعها النهائي. اضغط على الغالق، ليبقى الشيء الرئيس في الصورة حادا.



يكون التركيز على منتصف الصورة في الغالب



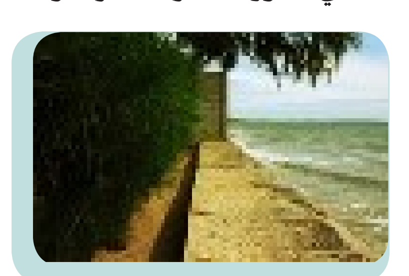
التركيز في هذه الصورة على الشجرة خارج المركز



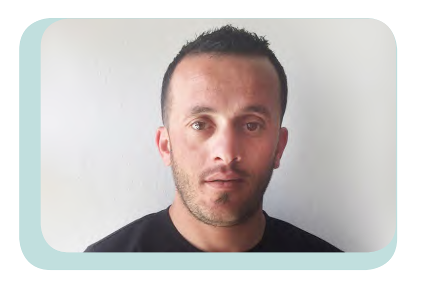
تركيز الكاميرا على الخلفية

٤. موقع الكاميرا وزاوية الرؤية

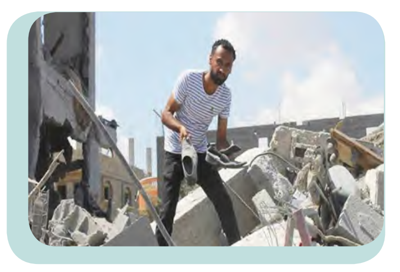
تحدد الزاوية التي تلتقط منها الصورة العمق المكاني وما يعرف بالتوتر البصري. ويمكن زيادة حدة التوتر البصري باستخدام خلفية مثيرة أو خطوط. وغالبا يظهر الوجه مسطحا من الأمام (كما هو حال صورنا في جواز السفر)، في أخذ زاوية تظهر نصف الوجه ليعطي الصورة أكثر عمقا وحيوية.



يجعل العمق المكاني للصورة أكثر إثارة



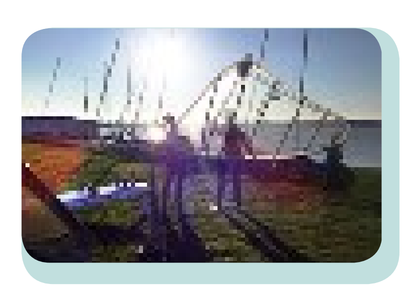
الخلفية هنا مسطحة



تعكس زاوية الرؤية العمق المكاني

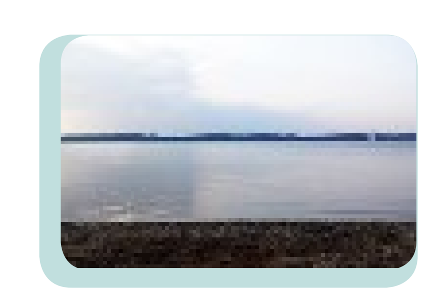
٥. الضوء والتعريض

يحدد الضوء أثر الصورة. حيث يكسب الضوء الأزرق والرمادي الصورة برودة يمكن للمتلقي استشعارها، على النقيض من ذلك تعطي الألوان الدافئة مثل الأصفر والبرتقالي دفئا للصورة. لذلك ينبغي استخدام الضوء والظلال بشكل متعمد. يجب تجنب الإضاءة الخلفية التي تجعل من الشيء الرئيس في الصورة مظلما، مثل إذا كان الشخص يقف أمام مصدر ضوء، أو أمام النافذة.

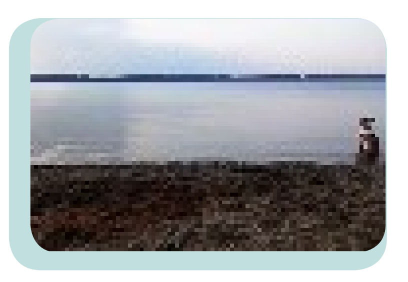


٦. المناظر الطبيعية

لا يشترط أن يكون الأفق في منتصف الصورة عند تصوير المناظر الطبيعية. حاولوا أن يكون الأفق نحو الثلث الأعلى أو الأسفل من الثلث الأوسط. وتجنبوا عناصر التشتيت. وفي كثير من الأحيان تبدو لقطات المناظر الطبيعية أكثر إثارة إذا كان فيها عمقا، مثل وجود أشياء في المقدمة وأشياء في الخلفية أيضا.

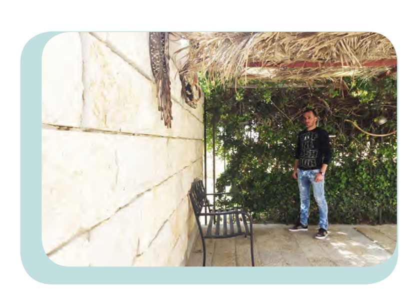

الأفق في منتصف الصورة

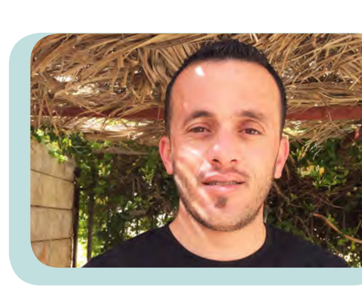

الأفق في الثلث السفلي من المنتصف

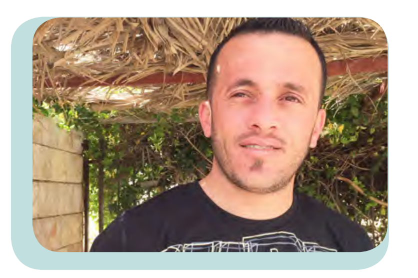

الأفق في الثلث العلوي من المنتصف

٧. الصور الشخصية

على عكس ما يعتقده كثير من الناس، ليس من السهل التقاط صور شخصية جميلة. من المهم أن يختار المصور صورة تفصيلية شائقة، وأن يشجع الشخص الذي يصوره على الاسترخاء. وينصح بألا يكون الشخص في منتصف الصورة، كما ينبغي أن يكون مد نظر الشخص الذي يصوره داخل الصورة لا خارجها.


هذا الشخص بعيد جدا. عليك أن تقترب

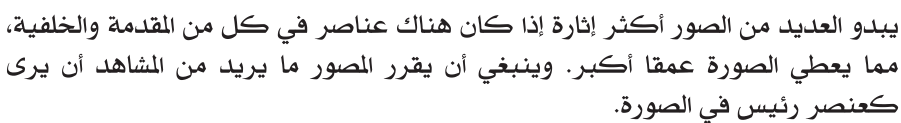

أفضل: نستطيع تمييز الشخص الآن


أفضل بكثير: الشخص ليس في مركز الصورة وينظر في مجال الصورة

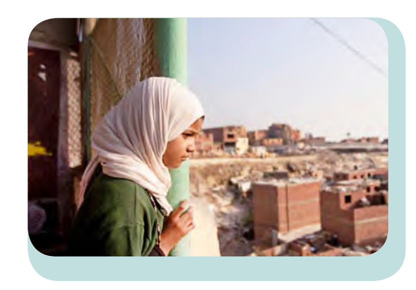
٨. الحركة

يمكن التقاط الحركة باستخدام الكاميرا. وهذا يشمل الحركات أمام الكاميرا (مثلا في الرياضة)، وكذلك حركة الكاميرا نفسها بشكل إرادي بتحريك الكاميرا بسرعة عند فتح الغالق.

٩. المقدمة والخلفية


يبدو العديد من الصور أكثر إثارة إذا كان هناك عناصر في كل من المقدمة والخلفية، مما يعطي الصورة عمقا أكبر. وينبغي أن يقرر المصور ما يريد من المشاهد أن يرى كعنصر رئيس في الصورة.

يمكن التلاعب بالمقدمة والخلفية لإنشاء تأثيرات مثيرة للاهتمام.



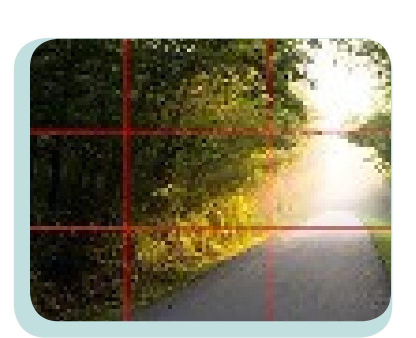
* قواعد تكوين الصور ٢

بعض المبادئ التي تؤثر على تكوين الصور:

١. **قاعدة الأثلاث.**
٢. **التباين.**
٣. **عمق المدى:**
٤. **المنظور.**
٥. **النسق وكسره.**
٦. **الخطوط الدالة.**
٧. **التطابق.**
٨. **التأطير.**
٩. **القص.**

* ملاحظات:

١. لا ينبغي أن يواجه العنصر خارج الصورة.
٢. يجب أن تكون هناك مساحة أمام العنصر المتحرك.



١. قاعدة الأثلاث "Rule of thirds"

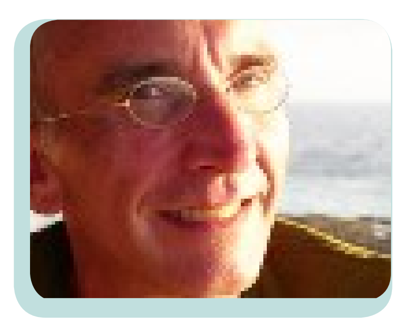
تمنحك قاعدة الأثلاث فرصة تركيب الصورة بشكل مثالي وتمنحها العمق والجاذبية. وتقوم على تقسيم شاشة الهاتف أو كاميرا التصوير الفوتوغرافي، في ذهنك إلى خطين أفقيين وعموديين بحيث يشكلان شبكة من تسع مربعات، حاولوا دوما أن تضعوا الأهداف التي تريدون تصويرها في تقاطع هذه الخطوط، وهي أربع نقاط في وسط الشبكة.

يحتوي الكثير من الهواتف الذكية خاصية تسمح بإظهار هذه الشبكة على شاشتها لتسهيل عملية التصوير ضمن قاعدة الأثلاث.

٢. التباين



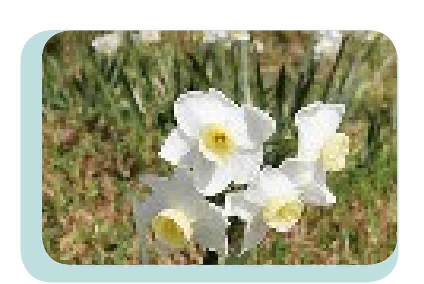
ييسر التناقض الصارخ بين الظلام والضوء التعرف على الأشكال والمخططات. حيث إن الصور ذات التباين العالي تصلح لشبكة الإنترنت؛ لسهولة فهمها حتى وهي مصغرة. ينطبق هذا كذلك على تباين الألوان (الأزرق والأصفر، الأحمر والأخضر) أو تباين الأشكال التي تظهر في الصور (الأشكال المستديرة والأشكال ذات الزوايا أو خطوط).

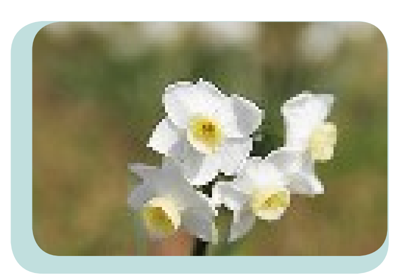


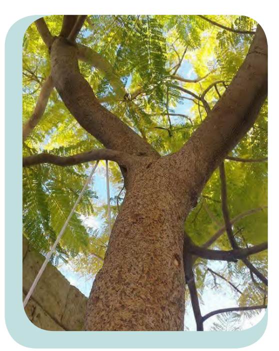
٣. عمق المدى

عند التقاط صورة شخصية، يبرز الوجه اذا كانت الخلفية خارج بؤرة تركيز الكاميرا.

يمكنك تحديد عمق الميدان باستخدام زيادة قيمة فتحة العدسة عند التقاط الصورة. هذه التقنية يمكن أن تجعل كل ما هو ليس هدفا يبدو مضببا أو خارج التركيز.

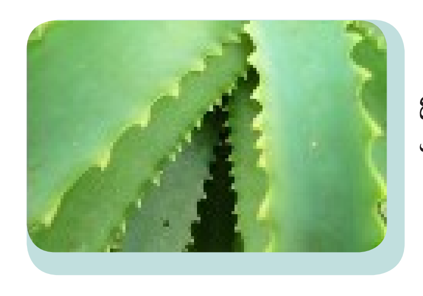

في بؤرة أصغر، تحظى الخلفية باهتمام المشاهد إلى حد ما


الخلفية المضببة تجعل المشاهد يركز على الأزهار



٤. المنظور

يمكنك أيضا التقاط صورة من منظار بعيد باستخدام عدسة خاصة للتقريب، أو التقاط صورة مقربة باستخدام عدسة ذات زاوية رحبة. ولكل منظار أثره الخاص على المشاهد. فمثلا، إذا التقطت صورة لشجرة من أعلى قد تبرز صغرها لما للنظرة الفوقية من دلالات سلبية. في حين إذا التقطت الصورة بنفس مستوى الشجرة فستخلق حس المساواة، أما إذا أخذتها من أسفل الشجرة فقد تخلق تصورا سلطويا عن هدف الصورة.



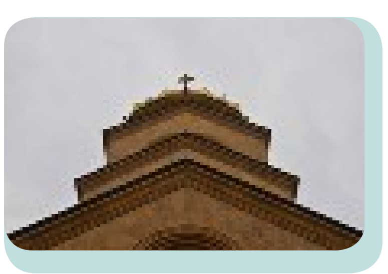
٥. النسق

تحوي النسق في طياتها قدرة تجبر المشاهد على الالتفات لها لما تخلقه من انسجام وإيقاع للصورة. فالانسجام والإيقاع رديفان للنظام والسلام. كما تزيد سطوة النسق إذا ما قمت بكسر رتابتها، مما يجعل عينك تنساق تلقائيا للجزء الذي يشكل خرقا في نسق الصورة.

٦. الخطوط الدالة



عندما ننظر لصورة ما نجد عيوننا تنساق مع ما في الصورة من خطوط. لذا عليك توظيف الخطوط الدالة في تكوين صورتك لما لها من أثر في كيفية تلقي الناس له، قد تمكنك هذه الخطوط من أخذ المتلقي في رحلة داخل الصورة، تسوقه فيها الخطوط الدالة على الهدف الرئيس لها. وهناك أشكال متباينة من الخطوط التي يمكن استخدامها للتحسين وتكوين الصورة. فمثلا تسهم الخطوط المائلة أو القطرية في خلق بعد درامي للصورة، وتزيد من عمق الصورة ولا تناهيها.



٧. التطابق

نحن محاطون بتجليات التطابق، الطبيعي منها، ومن صنع الإنسان. تتماثل الصورة التالية في كلا جانبيها. ويخلق هذا التطابق شعورا بالانسجام يجذب المشاهد، ولكن يمكن أن تكون التراكيب المتناظرة مملة أحيانا. وأحيانا يضيف توترا إلى صورتك إذا ما تم كسر التناظر في مكان ما.



٨. التأطير

العالم مليء بالأشياء التي يمكن أن تشكل أطرا طبيعية مثالية، مثل الأشجار والفروع والنوافذ والأبواب. يسهم وضع هذه كحواف للصورة، لعزل الهدف الرئيس عن العالم الخارجي. وبالإضافة إلى ذلك، يمكنك إنشاء عمق من خلال المقدمة والخلفية. والنتيجة تكون صورة أكثر تركيزا تلفت العين بشكل طبيعي إلى هدف الصورة.

٩. القص



يمكن تقديم العنصر بشكل أكثر دراماتيكية عندما يملأ إطار الصورة. يمكن استخدام القص للقضاء على المشتتات من الخلفية. يمكنك جعل العنصر أكثر إثارة للاهتمام عن طريق قصه وجعله أكثر قربا. عند أخذ لقطة عن قرب لشخص ما، يمكنك قص جزء من رؤوسهم، طالما تقع عيونهم على السطر العلوي من شبكة «قاعدة الأثلاث».

القصة المصورة للطلبة

جلس أحمد في غرفته يقلب آخر عدد من مجلة «دنيا الموسيقى»، فلفتت نظره قصة تتألف من عنوان وعدة صور فوتوغرافية وشرح لتلك الصور، تتحدث عن الشاب الفلسطيني يونس من مخيم قلنديا الذي نجح في تحقيق حلمه؛ حيث تعلم العزف على آلة الناي، وأسس فرقة موسيقية مع أصدقائه. وتظهر آخر صورة يونس مع فرقته وهم يحيون حفلا في نابلس. أعجب أحمد بفكرة القصة المصورة، فهي لا تحتاج إلى الكثير من الكتابة، ولا تتطلب أكثر من أربع صور أو خمس؛ تقص حكاية واقعية كاملة. كما إن أحمد يرغب في تطبيق مهارات التصوير التي اكتسبها.




إضاءة

القصة المصورة: تقرير صحفي أو قصة تعتمد على الصور الفوتوغرافية، وتتألف من عنوان رئيس، وصور فوتوغرافية، شرح خاص بها.

يفكر أحمد في موضوع يصلح إنجازه كقصة مصورة. فدعونا نساعده في اختيار موضوع مناسب وشائق لمجلة الحائط.

رائع! لقد وجدنا موضوعا جيدا.

من أجل إنجاز هذه القصة المصورة، قام أحمد بتسجيل خطوات العمل الضرورية:

قبل بدء التصوير:

البحث: أجمع المعلومات الضرورية عن الموضوع قبل البدء بإنجازه.

المستطيلات: أحضر للتصوير عبر رسم الصور التي أود أن ألتقطها.

التصوير: هل آلة التصوير جاهزة؟ هل البطارية مشحونة؟ هل الأمكنة التي أود تصويرها متاحة؟ هل الشخص أو الأشخاص الذين أود تصويرهم متوفرون وموافقون على التصوير؟

بعد التصوير:

اختيار الصور: سأختار الصور المناسبة وأخزنها على الحاسوب أو الهاتف الذكي.

تحرير الصور: سأحرر الصور حسب البرنامج المناسب، وأخزن الصور على الحاسوب أو الهاتف الذكي.

أخيرا سأكتب عنوانا رئيسا شائقا للقصة المصورة وشرحا لكل صورة.

الآن حان وقت طبع ولصق الصور والعناوين على مجلة الحائط!

بالتأكيد سيعجب زملائي وقرائي بهذه القصة المصورة!

ورقة عمل (ا)

يشكل كل مستطيل إطارا لصورة، ومجموع المستطيلات عبارة عن القصة المصورة عن الشاب الفلسطيني يونس.

دعونا نعبر في البداية هنا عن قصة يونس في جملة واحدة:

لنفكر في أربع صور تحكي هذه القصة، ودعونا نرسم، أو نصنع الكولاج من المواد البصرية في الصحف والمجلات، للفكرة داخل الإطارات. وليس من الضروري أن نتقن الرسم لنوضح فكرة الصورة. علينا أن نفكر أيضا بشرح لكل صورة ونكتبه تحتها:

الصورة ١:

الصورة ٢:

الصورة ٣:

الصورة ٤:

ورقة عمل (٢)

* خطوات إنجاز القصة المصورة:

* قبل التصوير

دعونا نكتب موضوع القصة المصورة هنا في جملة مفيدة:

لنجب عن الأسئلة الست. في حال عدم وجود إجابة عن سؤال من الأسئلة، علينا أن نبحث حتى نجد الإجابة:

ماذا:

من:

متى:

كيف:

أين:

لماذا:

لنفكر الآن بالصور. نحضر أربعة أو خمسة مستطيلات على أوراق منفصلة، ونرسم الصور التي نود التقاطها. طبعا سنأخذ حجم اللقطة في عين الاعتبار. ويمكن أن نرسم مستطيلات مثل تلك الموجودة على ورقة عمل (١).

كما علينا أن نفكر بمسار القصة، أي البداية، تطور القصة، ثم النهاية.

* آلة التصوير:

- هل البطارية مشحونة؟
- هل هناك مكان كاف لتخزين الصور؟
- هل لدينا شريط لنقل الصور من آلة التصوير إلى الحاسوب؟
- هل يمكننا الوصول إلى المكان أو الأمكنة التي نود تصويرها؟
- هل الأشخاص الذين نود تصويرهم موجودون وموافقون على التصوير؟

* بعد التصوير:

- دعونا ننقل الصور من آلة التصوير إلى الحاسوب
- يمكننا بالطبع تحرير الصور على جهاز التليفون الذكي في حال وجود التطبيق المناسب.
- دعونا نشاهد الصور التي التقطناها ونختر الأفضل.
- هل الصور بحاجة إلى تحرير؟
- علينا ألا ننسى النسخ الاحتياطية. دعونا نعمل نسخا احتياطية للصور قبل التحرير وقبل حذفها. الأمان أولا!
- العنوان الرئيس: لنكتب عنوانا شائقا يثير اهتمام المشاهدين، يناسب المضمون ولا يقدم وعودا كاذبة لهم.

الآن حان الوقت لشرح الصور: كما تعلمنا سابقا، يتضمن الشرح معلومات ليست موجودة على الصورة وأساسية لفهم القصة.
لنطبع القصة أو نربط جهاز الحاسوب بالبروجكتور (جهاز العرض) لعرض القصة.

جميل جدا! لقد نجحنا في إنتاج قصة مصورة !

القصة المصورة للمدربين

الهدف

المعرفة: معرفة خصائص القصة المصورة، وكيفية تنفيذها.

المهارة: إنتاج قصة مصورة

مواد ذات صلة: اختيار موضوع، التصوير.

من الضروري إعطاء مادة التصوير قبل الشروع في مادة القصة المصورة.

الوحدة ١: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة المتبعة	المواد اللازمة	ملاحظات
١٠ د	تمرين تنشيطي: لعبة التجمد يتجول المدرب والطلبة في المكان بشكل عشوائي، ثم يطلب المدرب منهم أن يتقمصوا حالة عاطفية محددة مثل الغضب، أو التوتر أو السعادة، مظهرين إياها على تعابير وقسمات وجوههم وبعد برهة من الوقت يهتف المدرب «تجمدوا» ليقف كل مشارك في مكانه، ويقوم المدرب بالتقاط صورة افتراضية لشخص متجمد. ويقوم الشخص الذي تم تصويره باختيار التعبير العاطفي الذي على الآخرين تقمصه، وهو الذي يأمر الجميع بالتجمد في أماكنهم، ثم يلتقط صورة وهكذا.	ينشط الطلبة ويركزون	تمرين		
١٠ د	يشرح المدرب مثال أحمد في الصفحة (١٥١) والإضاءة	يكون الطلبة معرفة عن خصائص القصة المصورة	شرح		
٢٠ د	يوزع المدرب على الطلبة بعض الصحف والمجلات، ومقصات وأوراق وصمغ. يطلب المدرب من الطلبة إنتاج قصة الموسيقي يونس عبر تشكيل كولاج من المواد البصرية الموجودة في الصحف والمجلات واتباع التعليمات في ورقة العمل. على الطلبة أن يفكروا بشرح لكل صورة. انظر التوضيح أدناه بخصوص شرح الصورة. هذه الصور التي ينتجها الطلبة تحضير لإنتاج قصة مصورة فيما بعد.	يكون الطلبة مهارة ترجمة قصة (قصة الموسيقي يونس) إلى صور. تنمية مهارة التعبير البصري. يكون الطلبة مهارة سرد قصة بطريقة بصرية والتفكير بأجزائها المختلفة.	تمرين عملي	صحف ومجلات مقصات، صمغ، أوراق بيضاء. توزيع ورقة عمل (١) في الصفحة (١٥٢)	يمكن للطلبة إنجاز هذا التمرين كعمل فردي أو تكوين مجموعات عمل

٢٠ د	يطلب المدرب من الطلبة إنتاج قصة الموسيقي يونس عبر رسم كل صورة في المستطيل الموجود على ورقة العمل. ملاحظة: إتقان الرسم ليس مهما هنا، ورسم اللقطة داخل الإطار يعكس تصور الطالب للصورة ومكوناتها وحجم اللقطة. على الطلبة أن يفكروا بشرح لكل صورة. انظر التوضيح أدناه بخصوص شرح الصورة.	يكون الطلبة مهارة ترجمة قصة (قصة الموسيقي يونس) إلى صور. تنمية مهارة التعبير البصري. يكون الطلبة مهارة سرد قصة بطريقة بصرية والتفكير بأجزائها المختلفة.	تمرين عملي	نسخ وتوزيع ورقة عمل (١) في الصفحة (١٥٢)	يمكن إنجاز هذا التمرين من الطلبة كعمل فردي أو تكوين مجموعات عمل

توضيح شرح الصورة:

شرح الصورة لا يصف ما نراه في الصورة ذاتها، بل يضيف معلومات ضرورية لفهم القصة وتفاصيلها.

* مثال:

الوصف: هذه النحلة تمتص رحيق الأزهار.

الشرح: حين تمتص هذه النحلة رحيق الأزهار تنقل حبوب اللقاح من زهرة لأخرى وتساعد في تلقيحها، لتثمر الأزهار الملقحة فيما بعد.



الوحدة ٢: ٤٠ دقيقة

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة المتبعة	المواد اللازمة	ملاحظات
١٥ د	يعرض الطلبة نتائج أعمالهم وقصة يونس التي أنجزوها. يناقشهم المدرب حول كيفية نقلهم القصة إلى صور، وطبيعة الصور التي أنتجوها: ما البداية التي فكروا فيها؟ ولماذا؟ ما الصور التي صمموها أو رسموها؟ ماذا تظهر؟ حجم اللقطات؟ التفاصيل الموجودة في الصورة؟ المكان الذي اختاروه.	يحلل الطلبة الصور التي أنتجوها.	مناقشة جماعية		
١٥ د	ينتقل المدرب إلى الفقرة التالية ومساعدة أحمد على اختيار موضوع. يختار المدرب مع الطلبة موضوعا ما.	حث المشاركين على التفكير بمواضيع نابعة منهم، تعبر عنهم وعن محيطهم وعن اهتماماتهم.	عصف ذهني	لوح ورقي	انظر إلى الفقرة الإرشادية والتوضيحية الخاصة بإعداد القصة المصورة في الأسفل. يمكن اختيار أكثر من موضوع وتوزيعها على الطلبة لينجزوها في مجموعات عمل.

١٠ د	شرح خطوات إنجاز القصة المصورة التي يعتمدها أحمد وتوزيع ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٥٣).	يكون الطلبة معرفة عن الخطوات المختلفة الضرورية لإنجاز القصة المصورة.	شرح	نسخ ورقة عمل (٢) في الصفحة (١٥٣) وتوزيعها	يمكن تكليف الطلبة بإنجاز القصة المصورة كواجب منزلي. قبل إنجاز القصة المصورة: ينبغي على الطلبة التعرف على برامج التحرير الرقمي للصور، وتخزين التطبيق المناسب، والتحقق من سلاسة نقل الصور من الهواتف الذكية أو الكاميرا إلى الحاسوب.

* فقرة إرشادية وتوضيحية لإعداد القصة المصورة:

* اختيار موضوع

➤ الخطوة الأولى: عصف ذهني

للعثور على موضوع يثير الاهتمام لبناء قصة مصورة، يجب الإصغاء لجميع الأفكار وأخذها بعين الاعتبار. وتتضمن عملية العصف الذهني قاعدتين أساسيتين ألا وهما:

(١) لا ينبغي الإشارة إلى أي فكرة بطريقة سلبية؛ لأن ذلك من شأنه أن يقوض عملية الإبداع.

(٢) لا تعط تعليقات مفصلة حول فكرة معينة. وأتح الوقت اللازم للنظر في كل الأفكار التي تطرحها المجموعة.

➤ الخطوة الثانية: التحقق والاختبار

بعد العصف الذهني يجب النظر في كل الأفكار لانتقاء أفضلها بموافقة جميع أعضاء المجموعة. وقد تسهم القواعد التالية في تيسير عملية الانتقاء:

(١) إلغاء الأفكار التي لا تجمع عليها المجموعة أو لا تعتبرها مجدية

(٢) أي موضوع يعتبر الأهم والأكثر تأثيرا؟

(٣) هل تستطيعون تخيل قصة وصورا حول الموضوع؟

(٤) هل يمكن التقاط صور لهذه القصة هنا؟

مثلا: إذا اختار الطلبة موضوعا عن شخصية أو مشكلة في مدينة بعيدة عن مكان إقامتهم، فمن الصعب أن يلتقطوا صورا فوتوغرافية هناك.

(٥) هل تشتمل القصة أو الموضوع على حبكة أو إشكالية ما؟

مثلا: الحبكة في قصة الموسيقي يونس هي: الشاب من خلفية اقتصادية متواضعة ولديه حلم يسعى إلى تحقيقه، وينجح في ذلك رغم كل الصعوبات.

(٦) هل يمكن سرد القصة بعدد قليل من الصور (حوالي خمسة مثلا)؟

* تقنية التصوير وإنتاج قصة مصورة:

بعد التقاط الطلبة صورهم، يطلب المدرب منهم تحرير الصور على هاتف محمول، أو جهاز حاسوب. ثم يتم اختيار أفضل «لقطة» وحذف الأخريات. وبالاعتماد على الأجهزة والبرمجيات، يجب على الطلبة تحرير كل صورة رقميا إن أمكن، وإعطاء كل صورة تعليقا. بعد التحرير، يجب على الطلبة حفظ كل صورة والتحقق منها مرة أخرى.

* **نصيحة:** اطلب من الطلبة عمل نسخة احتياطية من كل الصور قبل حذفها وتحريرها.

تمكن إضافة أقوال أو عبارات تقولها شخصيات القصة على شكل فقاعة داخل الصورة من تعزيز فهم المشاهد للقصة. حيث يتوفر العديد من البرامج التي تمنح تقنية إضافة الفقاعة، وربما أبسطها برنامج ورد word.

الوحدة ٣: ٤٠ دقيقة

لعرض القصص المصورة: يجب أن تتم طباعتها أو عرضها عبر البروجكتور (جهاز العرض الذي يرتبط بالحاسوب).

الوقت	المحتوى	هدف التعلم	الطريقة المتبعة	الأدوات اللازمة	ملاحظات
٢٠ د	يجلب الطلبة القصص المصورة ويعرضونها أمام الآخرين. وتعطي المجموعات الأخرى أو بقية الطلبة ملاحظاتهم وانطباعاتهم عن القصص المعروضة عبر الإجابة عن الأسئلة التالية. ١. هل تم سرد القصة بطريقة مفهومة؟ ولماذا؟ ٢. من هي الشخصيات؟ وما هي الصور التي فضلوها؟ ولماذا؟	يحلل الطلبة الصور ومدى نجاح تطبيق التعريف عن القصة المصورة عمليا.	عرض وتقييم، ونقاش تفاعلي		ننصح أن ينبه المدرب الطلبة إلى قواعد النقد البناء، أي التركيز على المحتوى وليس على الأمور الشخصية، كما البدء دوما بملاحظات إيجابية، ثم المتابعة باقتراحات بناءة للتحسين.
٢٠ د	بعد أن تقدم كل مجموعة قصتها، وبعد جولة النقد البناء، يفكر الطلبة مع المدرب في عملية إنتاج الصورة، ويذكرون الجوانب التي استمتعوا بها، ويشيرون إلى الصعوبات، ويطرحون الأسئلة المفتوحة حيال تجربتهم.	يفكر الطلبة في عملية الإنتاج التي قاموا بها.	مناقشة جماعية		يمكن أن تكون آخر خطوة من مادة القصة المصورة هذه، تحديد قصة يتم نشرها في مجلة الحائط.

إنتهى